



Haaga-Helia
ammattikorkeakoulu Oy

Kulttuuritapahtuman järjestäminen: USVA / Maiden Voyage

Atro Anttila

Kasper Holopainen

21.9.201



Tekijät Atro Anttila, Kasper Holopainen	
Koulutusohjelma Liiketalouden koulutusohjelma	
Opinnäytetyön nimi Kulttuuritapahtuman järjestäminen: USVA / Maiden Voyage	Sivu- ja liitesivumäärä 32+6
<p>Tämän toiminnallisen opinnäytetyö aiheena on kulttuuritapahtuman järjestäminen ja sen markkinointi. Tavoitteena oli järjestää alusta loppuun kokonaan itse tuotettu tapahtuma ja tämä opinnäytetyö toimii ohjeistuksena ja käytännön työkaluna muille vastaavia tapahtumia järjestäville henkilöille. Kulttuuritapahtuman järjestäminen on moniulotteinen projekti, jossa tulee ottaa huomioon erilaisia laajoja kokonaisuuksia. Tässä opinnäytetyössä käsitellään tärkeimpiä asioita tapahtumanjärjestämisen kannalta, minkä kautta työ antaa tapahtumanjärjestäjille valmiudet keskittyä muihin asioihin sekä luoviin ratkaisuihin.</p> <p>Työn teoriaosuudessa käsitellään tapahtumia, niiden järjestämistä ja niissä huomioon otettavia asioita, viestintää ja markkinointia. Empiirisessä osuudessa kuvataan, miten teoria siirrettiin käytännön toteutukseen tapahtuman järjestämisen eri vaiheissa.</p> <p>Työ kuvaa kesäkuussa 2017 järjestetyn USVA / Maiden Voyage –tapahtuman suunnittelua ja käytännön toteutusta. Maiden Voyage –tapahtuma oli yhden illan mittainen musiikkitapahtuma, joka järjestettiin ensimmäistä kertaa ja sen paikkana toimi Helsingin Suvilahdessa sijaitseva Magito-studio. Illan aikana tapahtumassa esiintyi 8 DJ:tä ja illan aikana tapahtumassa vieraili reilu sata asiakasta. Opinnäytetyö tehtiin vuoden 2017 kesän ja syksyn aikana opinnäytetyöntekijöiden omasta aloitteesta.</p> <p>USVA / Maiden Voyage –tapahtuma oli tapahtumana onnistunut ja saavutti sille asetetut tavoitteet. Koko tapahtuman elinkaari, suunnittelusta jälkimarkkinointiin ja päättämiseen asti, on ollut monella tapaa opettava ja antoisa kokemus järjestäjille. Onnistuneen tapahtuman myötä järjestäjät päättivät, että tapahtuma järjestään uudestaan tulevaisuudessa suuremmassa mittakaavassa. Tämä opinnäytetyö toimii viitekehyksenä jatkon tapahtumia suunniteltaessa. Työ kuvaa kaikki tapahtuman järjestämisessä huomioon otettavat asiat ja kertoo käytännön esimerkein, miten ne toteutuivat.</p>	
Asiasanat Tapahtumat, Tapahtumanjärjestäminen, Kulttuuritapahtuma, Markkinointi, Viestintä	

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Tapahtumat.....	2
3	Kulttuuritoiminta	3
3.1	Tapahtuma projektina.....	3
3.2	Onnistuneen tapahtuman lähtökohdat	3
3.2.1	SWOT-analyysi	4
3.2.2	Onnistunut tapahtuma	5
3.2.3	Strategiset kysymykset.....	5
3.3	Tapahtuman viestinnän ja graafisen ilmeen suunnittelu	8
3.4	Toteutussuunnitelma	9
3.4.1	Operatiiviset kysymykset.....	9
3.4.2	Projektisuunnitelma	10
3.4.3	Budjetti	11
4	Toteutusvaihe	13
4.1	Turvallisuus- ja lupa-asiat.....	13
4.1.1	Turvallisuus	13
4.1.2	Vakuutukset.....	14
4.1.3	Tekijänoikeudet	14
4.2	Rakennusvaihe.....	15
4.3	Tapahtuman laatu	16
4.4	Päätäminen	17
4.5	Jälkimarkkinointivaihe.....	17
5	USVA / Maiden Voyage	19
5.1	Konemusiikin historiaa	19
5.2	Tapahtuman lähtökohta.....	20
5.3	Tapahtuman toteutus	24
6	Pohdinta ja kehitysehdotukset	31
7	Lähteet.....	32
	Liitteet.....	34

1 Johdanto

USVA / Maiden Voyage -tapahtuma, järjestettiin Helsingin Suvilahdessa 16. kesäkuuta 2017. Underground tyylinen klubi-ilta piti sisällään audiovisuaalisen kokonaisuuden, jota valmisteltiin koko kevät, ja johon kutsuttiin vain valikoitu porukka ihmisiä. Tapahtumassa esiintyivät kaikki kolme tapahtuman järjestäjää sekä vierailevia DJ-artisteja.

Idea kulttuuritapahtuman järjestämiselle lähti siitä, että järjestäjät ovat itse käyneet useissa vastaavissa tapahtumissa ja samalla pohtineet millaista olisi tehdä juuri oman näköinen tapahtuma. Molemmat opinnäytetyön tekijät ovat hyvin intohimoisia musiikkia kohtaan. Toiselle musiikki on enemmänkin harrastus, mutta toiselle se on myös osittain työ. Yrittäjäys ja tapahtumanjärjestäminen kiinnostavat molempia, joten tämän kaltaisen tapahtuman järjestäminen toimi loistavana vaihtoehtona perinteiselle tutkimustyyppiselle opinnäytetyöprosessille.

Tapahtuman tavoitteena oli luoda ainutlaatuinen kulttuuritapahtuma, jossa ihmiset viihtyvät. Rahallisen voiton tavoittelu oli tapahtumanjärjestämisessä toissijainen tavoite. Hyvän liiketavan mukaisesti budjetti ja toiminta suunniteltiin niin, että tapahtuma ei tuottaisi tappiota. Tämä opinnäytetyö toimii ohjeistuksena ja käytännön työkaluna muille vastaavia tapahtumia järjestäville henkilöille Opinnäytetyö pitää sisällään USVA / Maiden Voyage –tapahtuman toteutuksen vaihe vaiheelta kevään suunnitelmista itse tapahtumaan ja aina jälkiraportointiin asti.

Opinnäytetyön tietoperustassa kuvataan tapahtumanjärjestämisessä huomioon otettavia asioita sekä sivutaan lyhyesti tapahtuman markkinointiin ja viestintään liittyviä asioita. Tapahtumanjärjestäminen on laaja kokonaisuus, joka koostuu monista osa-alueista. Tässä opinnäytetyössä keskitytään erityisesti tapahtuman suunnitteluvaiheen tärkeyteen ja kuvaamaan käytännön esimerkein, kuinka se toteutui.

Produktin on tarkoitus toimia esimerkkinä tulevien tapahtumien suunnittelussa, ja se toimii hyvänä mallina myös muille samanlaista tapahtumaa suunnitteleville henkilöille. Opinnäytetyössä itse prosessin kuvaaminen on melkein tärkeämpää kuin itse tulosten kuvaaminen. Pelkillä tuloksilla samankaltaisen produktin tuottaminen, samalla lopputuloksella, ei ole mahdollista, vaan siihen tarvitaan vaihe vaiheelta kuvattu prosessi. Suunnitteluvaiheessa tehdyt päätökset ohjaavat työtä koko sen prosessin ajan, ja alkuperäinen suunnitelma muuttuu lähes poikkeuksetta jossain vaiheessa prosessia. Tästä syystä koko prosessin kuvaaminen, sen monien muutosten kanssa, on tärkeää.

2 Tapahtumat

Tapahtumat ovat kuin palveluita. Ne tarjoavat kokemuksia asiakkailleen ja ovat enemmän tai vähemmän aineellisia. Tapahtumilla on aina alku ja loppu, ja tapahtumat suunnitellaan aina yksityiskohtaisesti ja räätälöidään omien tavoitteiden mukaisiksi. Tapahtumat vaativat onnistuakseen paljon aikaa ja suunnittelua. Ne koostuvat monista osa-alueista, ja järjestäjän tulee hahmottaa kuinka nämä kaikki liittyvät toisiinsa ja kuinka niistä saadaan toimiva kokonaisuus. Tunne ja sisältö ovat kohdallaan onnistuneessa tapahtumassa ja sen tuntevat kaikki osallistujat sekä järjestäjät. Kun tapahtuma alkaa, se kulkee omalla painollaan eikä sitä voi enää pysäyttää. (Iiskola-Kesonen, 2004, 16)

Kuitenkin onnistuakseen järjestäjien tulee ennen tapahtuman ideointia ja valmistelemista asettaa tavoitteet, määriteltävä kohderyhmät, budjetti, varautua riskeihin sekä valittava tapahtuman ajankohta, paikka ja kesto. Tapahtuman onnistumisen kannalta suunnittelu ja tavoitteiden asettaminen ovat elintärkeitä ja hyvää ideaa tulee jalostaa konkreettisiksi tavoitteiksi. Näihin asioihin voi etsiä vastauksia kysymyksillä, joita ovat strategiset ja operatiiviset kysymykset. Strategiset ja operatiiviset kysymykset antavat vastauksia tapahtuman suunnitteluun ja kun niihin osataan vastata, tapahtumasta saadaan toimiva kokonaisuus. (Vallo & Häyrynen, 2016, 121)

Tapahtumalajeja voidaan jaotella Vallon & Häyrysen (2016, 76) mukaan asiatapahtumiin, viihdetapahtumiin, sekä näiden kahden yhdistelmiin. Tapahtumaa järjestävän tahon tulisi tietää jo suunnittelun alkuvaiheessa, minkälaista tapahtumaa halutaan järjestää. Tapahtuman tavoite, sen kohderyhmä, aikataulu ja budjetti, sekä järjestäjän osaaminen ja työtilanne määrittelevät minkälaiseen ratkaisuun järjestäjä lopulta päätyy. (Vallo & Häyrynen, 2016, 75)

3 Kulttuuritoiminta

Kulttuuritoiminta pitää sisällään hyvin paljon erilaisia ilmiöitä. Yleisimpiä kulttuuritapahtuma järjestetään musiikin, tanssin, teatterin, kuvataiteen ja elokuvien pohjalta. Kulttuuritapahtumat nähdään ylimääräisenä hyvänä perinteisten arvojen rinnalla, mutta niistä on tullut viime vuosina myös Suomessa suhteellisen hyviä rahantulon lähteitä. Itse tapahtuman tuottaman rahavirran lisäksi kulttuuritapahtumat luovat sivullisia tuloja tuomalla turisteja Suomeen ja sen kaupunkeihin.

Ruuhkaisin vuodenaika kulttuuritapahtumien osalta Suomessa on kesä, jolloin tarjolla on hyvin paljon erilaisia esittäviä taiteita tarjoilevia tapahtumia. Lähes joka viikonloppu järjestetään festivaalit jossain päin Suomea ja tämän lisäksi pienempiä tapahtumia järjestetään varsinkin Helsingissä todella paljon myös arkipäivisin.

”Jotta yleisötapahtuma olisi järjestelmällisesti toteutettu, se kannattaisi alusta alkaen suunnitella ja toteuttaa projektityöskentelyn periaatteita noudattaen.” (Kauhanen ym. 2002, 23)

Anttilan (2001, 12) määritelmä projektille on seuraava: ”Projektiksi on kerralluonteinen, tavoitteellinen, varta vasten muodostetun organisaation tehtäväksi annettu työkokonaisuus, jonka kesto ja resurssit on ennalta määritetty.”

3.1 Tapahtuma projektina

Yleisötapahtumia järjestettäessä on paljon asioita, joita järjestäjien tulee huomioida. Tapahtumat ovat monitahoisia ja ne kannattaa Kauhasen, Juurakon & Kauhasen (2002, 23) mukaan toteuttaa ja suunnitella alusta asti projektina ja projektityöskentelyn periaatteita hyödyntäen. Projektiksi voidaan määritellä kerralluonteiseksi tehtäväkokonaisuudeksi, joka on selkeisiin tavoitteisiin pyrkivä, tietyllä aikavälillä toteutettava tehtäväkokonaisuus. Siitä vastaa juuri kyseistä projektia varten perustettu organisaatio, jolla on projektin mukaisesti määritellyt voimavarat ja panokset. Projekteilla on elinkaari, ja ne ovat aina itsenäisiä kokonaisuuksia, jotka koostuvat eri vaiheista sen koko elinkaaren aikana. Jokainen projekti on myös ainutkertainen, vaikka sama järjestäjä järjestäisi samannimisten tapahtumien uudesta, kummatkin tapahtumat ovat silti ainutlaatuisia ja yksilöllisiä. Myös riskit ja epävarmuus ovat osa projekteja. Projektityöskentelyssä tuleekin huomioida erilaiset riskit ja niihin tulee osata varautua. Näitä uhkia voi pienentää hyvin suunnitellulla riskienhallinnalla ja sopimuksilla ja vakuutuksilla riskejä voi siirtää ainakin osittain muille. (Anttila, 2001, 12; Kauhanen ym, 2002, 24-25)

3.2 Onnistuneen tapahtuman lähtökohdat

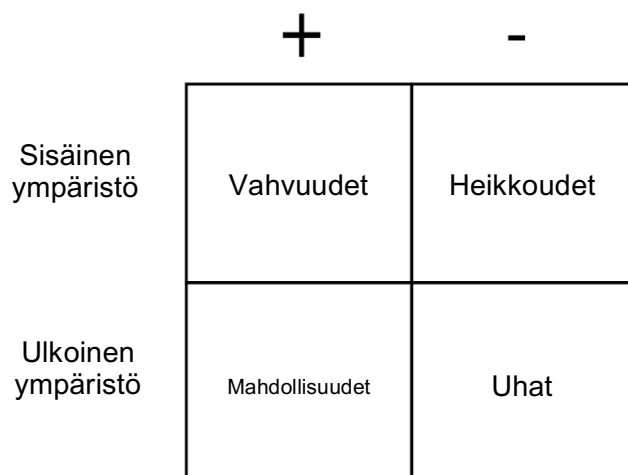
Tapahtuman suunnitteluun tulee varata reilusti aikaa ja siihen tulee ottaa mukaan kaikki, joita tapahtuman onnistuneeseen toteutukseen tarvitaan. Ideat ja erilaiset näkökulmat eivät synny yksin, sekä tapahtuman onnistuminen on todennäköisempään isommalla tuotantotiimillä, jossa kaikki osapuolet ovat sitoutuneita ja päämäärätietoisia omista ja yhteisistä tavoitteistaan. Suunnitteluvaihe on tiukkaa ajattelutyötä ja aikaa vievin osio tapahtuman järjestämisessä. Suunnitteluvaiheessa tulee pystyä ajattelemaan tapahtuman kulku hetki hetkeltä. Tämä antaa mahdollisuuden huomioida asiat, jotka tapahtumahetkellä saattaisivat aiheuttaa ongelmia. (Vallo & Häyrinen, 2016, 191)

”Hyvin suunniteltu on puoliksi tehty.” On elintärkeää suunnitella huolellisesti koko tapahtuman elinkaarta alusta loppuun. Tavoitteita tulee pohtia vakavasti ja realistisesti ja ne on asetettava tarpeeksi yksinkertaisiksi. Tämä helpottaa kaikkia tapahtuman järjestämiseen osallistuvia ymmärtämään tavoitteet selkeästi. Selkeiden tavoitteiden määrittely helpottaa myös tapahtuman markkinoimista yleisölle.

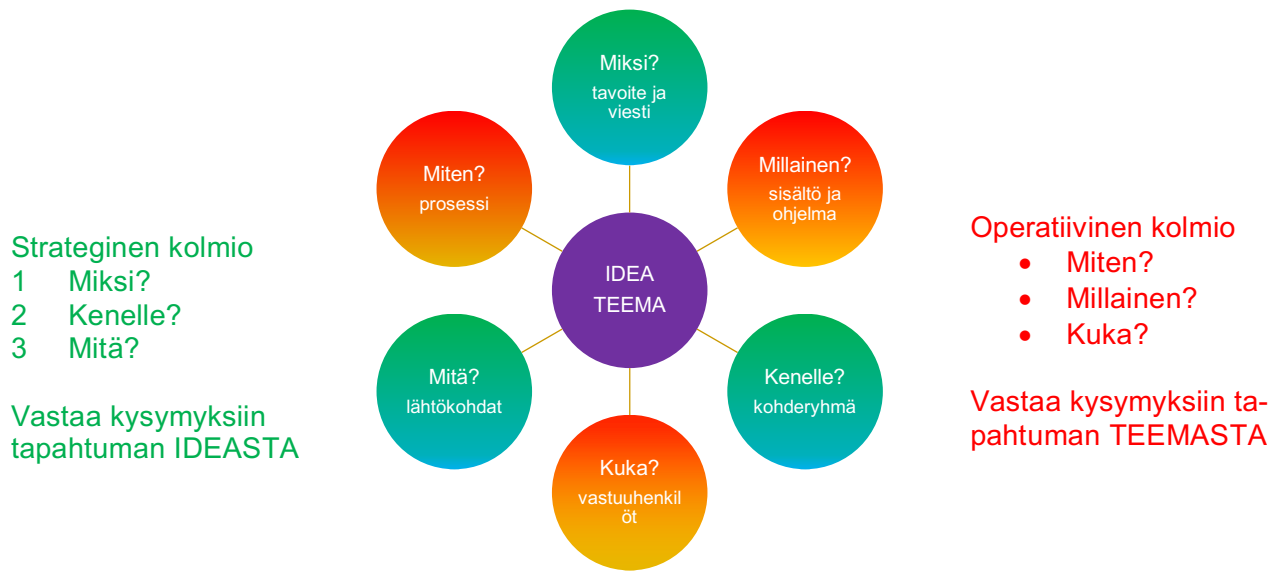
Huolellisen suunnittelun avulla löydetään keinoja, joilla tavoitteisiin päästään ja tapahtuman onnistuminen on varmempaa. Hyvin ja selkeästi tehty suunnitelma helpottaa työskentelyä koko tapahtumaprosessin aikana ja resurssien ja ajan käyttö tehostuu.

3.2.1 SWOT-analyysi

SWOT-analyysi on erinomainen työkalu tapahtuman suunnittelussa, ja siinä tulevat esiin myös mahdolliset uhat ja riskit. SWOT-analyysissä ilmenevät vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhat, joita tapahtuman järjestämiseen liittyy (Iiskola-Kesonen, 2004, 9). Kuviossa 1. esitellään SWOT-analyysin nelikenttäanalyysi, jonka tekeminen auttaa järjestäjiä monissa eri tapahtumaprojektin vaiheissa. Tavoitteiden asettamiseen voi hakea apua SWOT-analyysillä ja se on oiva työkalu myös riskienhallintaa suunniteltaessa.



Kuvio 1. SWOT-analyysi



Kuvio 2. Onnistuneen tapahtuman malli® (Vallo & Häyrinen, 2016, 128)

3.2.2 Onnistunut tapahtuma

Tapahtuman suunnitteluun voidaan käyttää apuna Vallon & Häyrisen kirjassaan (2016, 128) esittelemää Onnistuneen tapahtuman mallia®. Se koostuu kahdesta kolmiosta, jotka määrittelevät tapahtuman idean ja teeman. Strategiset kysymykset vastaavat kysymyksiin miksi, kenelle ja miten tapahtuma järjestetään. Nämä kysymykset antavat suunnan tapahtuman idealle. Strategisia kysymyksiä käsitellään luvussa 3.2.3. Tapahtuman teeman nivoo yhteen operatiiviset kysymykset, joita ovat kuka järjestää, miten ja millainen tapahtuma järjestetään. Operatiiviset kysymykset vastaavat kysymyksiin tapahtuman toteutuksesta, ja niitä käsitellään tarkemmin luvussa 3.4.1. Kuviossa 2. esitellään Onnistuneen tapahtuman malli®. (Vallo & Häyrinen 2016, 121-128)

3.2.3 Strategiset kysymykset

Miksi tapahtuma järjestetään? Mikä on tapahtuman tavoite sekä viesti? Järjestäjien on mietittävä tarkkaan, miksi he järjestävät kyseisen tapahtuman ja mitä he haluavat sillä saavuttaa sekä viestiä? Suunnittelun aikana järjestäjillä tulee olla selkeä visio siitä, mitä tapahtumalla halutaan tavoitella. (Vallo & Häyrinen, 2016, 121-122)

Konsertteja järjestettäessä avainasemassa ovat sisällölliset tavoitteet. Tapahtuman ohjelma ja sen tasokkuus sekä mielenkiintoisuus ovat monesti edellytyksenä tapahtuman lipunmyynnin onnistumiselle. Myös järjestäjän imagon rakentaminen on merkittävä sisällöllinen tavoite yleisötapahtumia järjestettäessä. (Kauhanen ym, 2002, 46)

Tapahtumalla tulee olla myös konkreettinen tavoite. Se voi olla esimerkiksi julkisuuden saaminen ja asiakaskunnan laajentaminen, verkostoituminen tai kokemuksen hankkiminen seuraavaa tapahtumaa varten. Tapahtuman jälkeen nähdään usein suoraan saavutettu tulos. Onko tykkääjämäärä kasvanut Facebookissa, uusien kontaktien määrä tai mitä tapahtuman järjestämisestä opittiin? Tapahtumaa ei tulisi järjestää ilman tavoitteita. Lopputulos on epämääräinen ja tapahtuman onnistumista on vaikea arvioida, jos tavoitteita ja mittareita ei ole asetettu kunnolla. (Vallo & Häyrinen, 2016, 132-133)

Ennen tapahtuman ideointia on siis syytä määritellä tavoitteet, joita tapahtumalla haetaan. Tapahtuman päätöksenteossa mukana olevien on paljon helpompi kertoa mielipiteensä ideoihin, kunhan tapahtuman tavoite on selkeä kaikille osapuolille. Tavoitteiden määrittelyn jälkeen on hyvä siirtyä miettimään mitä järjestetään ja kenelle. (Kauhanen ym, 2002, 36)

Tapahtuma järjestetään aina erikseen määritetylle kohderyhmälle. Kohderyhmä tapahtumaa järjestettäessä on yksi peruskysymyksistä, johon tulee vastata heti suunnittelun alkuvaiheessa. Kenelle tapahtuma järjestetään, keitä ovat kohderyhmäni ja kuinka hyvin tunnen heidät? Kuinka saan kiinnitettyä kohderyhmäni huomion ja kerrottua heille tavoitteeni sekä toivotut viestit? Jokaista tapahtumaa suunniteltaessa kohderyhmän koko ja järjestäjien tavoitteet määrittelevät pitkälti minkälaista tapahtumaa järjestetään. (Vallo & Häyrinen 122, 2016, 148)

Kohderyhmän määrittely on tärkeää myös pienimmissäkin tapahtumissa. Tapahtumaan osallistuneesta yleisöstä, heidän kokemuksistaan ja tyytyväisyydestään tulisi myös tehdä kartoitus tulevia tapahtumia ajatellen. (Kauhanen ym, 2002, 37)

Kohderyhmän määrittelyn jälkeen voidaan lyödä lukkoon, minkälainen tapahtuma halutaan järjestää. Tärkeää on myös valita tapahtumalle paikka sekä ajankohta. Myös kellon-aika sekä viikonpäivä, jolloin tapahtuma pidetään, on suuri merkitys riippuen tapahtuman luonteesta. Tapahtumapaikka vahvistaa parhaimmillaan itse tapahtuman tavoitteita ja tarkoitusta ja luo itsessään teeman tapahtumalle. Valinnassa tulee huomioida osallistujat ja tapahtuman luonne, sekä arvioida luksaatiota kriittisesti, sopiiko se tapahtuman teemaan. (Vallo & Häyrinen, 2016, 122; Kauhanen ym, 2002, 37-38)

Ennen tapahtumapaikan valintaa on syytä ottaa selvää, onko kyseinen tapahtumapaikka toiminut aikaisemmin vastaavanlaisissa tilaisuuksissa ja minkälaiset kulkuyhteydet ovat tapahtumapaikalle. Onko tilan koko sopiva osallistujamäärälle, minkälaista tekniikkaa on tarjolla, häiritseekö melu naapureita ja tarvitseeko järjestäjän tilata mahdollisesti bajamojoja saniteettitilojen riittämättömyyden takia?

Tilan tulee siis olla sopivan kokoinen ja somistettu illan teemaan sopivaksi. Tilan varausvaiheessa tulee ottaa huomioon myös tapahtuman rakennus- ja purkutyöt. Rakentaminen kestää yleensä paljon kauemmin, kuin purku ja nämä tulee huomioida tapahtuman kestoa mietittäessä sekä varausaikaan sopivaksi. Tapahtuman ajankohtaa mietittäessä suurin riski on samaan aikaan järjestettävä kilpaileva tapahtuma. Ajankohta tulisi valita myös niin, että itse järjestäjät pääsevät paikalle. (Vallo & Häyrinen, 2016, 167-176)

Tapahtuman paikalla on suuri merkitys tapahtuman onnistumiselle. Sen sijainti kohderyhmään nähden on suuri vaikuttava tekijä. Kohderyhmän näkökulmasta etäisyydellä tapahtumapaikkaan ei ole niinkään suurta merkitystä, vaan tapahtumapaikan tavoitettavuus on keskeisempi tekijä. Paikan valinnassa ei kuitenkaan tulisi tarkastella pelkästään tapahtumapaikan tavoitettavuutta kohderyhmään nähden, vaan myös tapahtumapaikan imagolla on suuri vaikutus kohderyhmälle. Tapahtumatilan imago parhaassa tapauksessa lisää asiakkaiden kiinnostusta, tai päinvastaisesti voi vähentää sitä. (Kauhanen ym, 2002, 38-39)

Saavutettavuus tapahtuman aikana on suunniteltava myös huolellisesti. Missä istumapaikat sijaitsevat, onko niitä riittävästi ja ovatko ne tarpeeksi rauhallisella paikalla? Yleisön ja esiintymislavan sijainnit tulee suunnitella helposti saavutettaviksi. Myös aikataulu ja opasteet vaikuttavat siihen, kuinka helppo asiakkaan on toimia tapahtumassa.

Kulttuuritapahtuman järjestäjät voivat odottaa yleisöltään asiantuntevuutta. Suuri osa yleisöstä hallitsee jo asian, mutta järjestäjien tulee kuitenkin varautua palvelemaan ja opastamaan kokemattomampia kulttuuriin tutustuvia. Parhaassa tapauksessa uusista tulokkaista tulee kanta-asiakas. (Iiskola-Kesonen, 2004, 20)

Tapahtuman järjestäjillä tulee olla vastaus näihin strategisiin kysymyksiin ennen kuin tapahtumaa aletaan toteuttaa. Näistä kysymyksistä järjestäjät saavat vastauksen tapahtuman ideaan. Tapahtuman idea kietoo koko tapahtuman ympärilleen ja on sen punainen lanka ja joskus pelkästään teema riittää tapahtuman punaiseksi langaksi. Tapahtuman sisältö voi määrittää teeman, ja erityisesti juhlia on hyvä suunnitella teeman ympärille. Teema nivoo tapahtuman yhtenäiseksi. Teeman tulee sopia järjestävän tahon mielikuvan, arvoihin ja profiiliin ja luo parhaillaan imagoa ja vahvistaa brändiä. Teeman tulee näkyä tapahtuman suunnitteluvaiheessa, sosiaalisen median sivuilla ja itse tapahtumassa aina jälkimarkkinointiin asti. Sen tulee olla yhtenäinen ja puhutella vastaanottajaansa jo heti ensimmäisestä kontaktista tapahtuman kanssa. (Vallo & Häyrinen, 2016, 123, 235)

3.3 Tapahtuman viestinnän ja graafisen ilmeen suunnittelu

Viestintää tulee käyttää eri tavoin tapahtuman eri vaiheissa. Ennen tapahtumaa viestinnän tulee olla informatiivista, myyvää ja kiinnostuksia herättävää. Ennen tapahtumaa viestinnän tavoitteet tulee suunnitella hyvin ja asettaa niille tavoitteet. Kohderyhmät tulee olla selvillä ja arvioida, kuinka paljon tietoa asiasta heillä jo etukäteen on. Kaikki tarvittavat yhteystiedot tulee kerätä ennen tapahtuman viestinnän aloittamista ja on suunniteltava viestinnän toteutustapa ja kanavat, joita aiotaan käyttää. Suunnitelmaan tulee myös merkitä, milloin tapahtumasta tiedotetaan ja missä, sekä vastualueet tapahtuman viestintää koskien tulee olla selvillä.

Asiakaslähtöisyys markkinoinnissa on nykyään tärkeintä yrityksille. Asiakkaiden tarpeet tulee selvittää ja niitä mukaillen tulee räätälöidä tuotteet ja saattaa ne asiakkaiden saataville. Hyvin hoidettuna markkinointi luo kysyntää sekä sitouttaa ja hankkii asiakkaita. ”Markkinointi ei kuitenkaan saa olla itsetarkoitus, vaan ainoastaan keino saavuttaa tapahtuman tavoitteet” (Iiskola-Kesonen, 2004, 56). Tapahtumatuotteen tulee jo lähtökohtaisesti olla kiinnostava ja omaan kohderyhmään sopiva.

Iiskola-Kesosen mukaan (2004, 67) tapahtuman graafisen ilmeen tulisi olla yhtenäinen koko viestinnän ajan. Graafiset tunnukset ja logo tulisi olla suunniteltuna, ja kuinka niitä käytetään viestinnässä. Niiden avulla tapahtumalle luodaan yhtenäinen graafinen ilme. Graafista ilmettä luodessa tulee pitää mielessä, minkälaista kuvaa tapahtumasta halutaan antaa. Tavoitteita graafiseen suunnitteluun ovat käytettävien elementtien hierarkkinen järjestäminen, kuvien, elementtien informatiivisuus sekä kuvakielten käyttäminen viestien tukemisessa. Graafisessa suunnittelussa erilaisia elementteinä voi käyttää värejä, symboleja, tekstiä, typografiaa, muotoja, kuvia ja liikettä. Typografia tarkoittaa tekstin ja kirjainten asettelua sekä väritystä ja sen tarkoituksena on helpottaa lukemista ja antaa tekstille toivottua visuaalista ilmettä ja muotoa. (Graafinen, 2015)

Suunnitteluvaiheessa järjestäjien tulee asettaa tavoitteita tapahtuman markkinomiselle. Jotta markkinointi onnistuisi parhaiten, sen tulee kiinnostaa kohderyhmää niin kuin myös itse tapahtumankin. Kun sopivat tavat markkinoida on löydetty, on mietittävä, kuinka markkinointi toteutetaan. Tapahtumalla toivottua imagoa ja mainetta saadaan samalla selvennettyä ja keinot markkinoida tapahtumaa tulevat entistä selvemiksi. Koko tapahtuman elinkaaren aikana markkinoinnin tulee olla yhtenäistä ja ennalta sovittua linjaa noudattavaa. Huolellisesti suunniteltu tapahtuma tukee markkinointia ja helpottaa sen suunnittelua ja markkinoinnin toteutusta. Parhaimmillaan markkinointi luo selkeää kilpailuetua tapahtumalle. Näkökulmia oman tapahtuman markkinointiin tulee huomioida heti tapahtuman

suunnittelusta lähtien. Tärkeintä onkin miettiä kohderyhmää, eli kenelle tapahtuma tehdään. Kohderyhmän toiveet tulee selvittää ja sen jälkeen pohtia, minkälaista tapahtumaa heille markkinoisi. Tulevan tapahtuman imagoa ja sitä, minkälaista mainetta tapahtumalle oikein haetaan, tulee kaikille entistä selvemäksi ja tämä helpottaa tapahtuman suunnittelua. (Iiskola-Kesonen, 2004, 57, 67)

3.4 Toteutussuunnitelma

Operatiivisilla kysymyksillä voi etsiä vastauksia kysymyksiin, miten ja millainen tapahtuma järjestetään ja kuka sen järjestää. Kuviossa 2. on esitetty operatiivinen kolmio, joka vastaa kysymyksiin tapahtuman toteuttamisesta. Projektipäälliköllä on suurin vastuu tapahtuman järjestämisessä. Projektiryhmä vastaa eri vaiheiden toteutumisesta. Tässä luvussa käydään läpi operatiiviset kysymykset ja tapahtuman projektisuunnitelman laatiminen, budjetointi sekä aikataulutus.

3.4.1 Operatiiviset kysymykset

Miten tapahtuman tavoite ja viestit saadaan toteutettua? Kuinka tapahtuman teema tai idea saadaan huokumaan tapahtumasta koko sen keston ajan ja toteutetaanko tapahtuma kokonaan itse vai ostetaanko ulkopuolinen taho toteuttamaan järjestelyt järjestäjän puolesta? Vallon & Häyrisen (2016, 189) mukaan tapahtuman järjestämiseen suunnittelusta jälkimarkkinointiin tulisi varata aikaa vähintään kaksi kuukautta. Lyhyempää aikaa tapahtuman toteutukseen ei kannata varata, jos ei halua tinkiä laadusta. Tilan vuokraaminen niin lyhyellä varoitusajalla ei välttämättä onnistu, haluttujen esiintyjien varaaminen saattaa olla liian myöhäistä ja teknisestä toteutuksesta voidaan joutua tinkimään ajanpuutteen takia. Tapahtumaprosessi voidaankin jakaa kolmeen vaiheeseen joita ovat, suunnittelu- vaihe, toteutusvaihe ja jälkimarkkinointivaihe (Vallo & Häyrinen, 2016, 125, 189). Suunnitteluvaihe on käyty läpi luvussa 3.2 ja toteutus- sekä jälkimarkkinointivaiheisiin tutustutaan tarkemmin luvuissa 4. ja 4.5.

Tapahtumaa järjestävän tahon henkiset ja taloudelliset voimavarat sekä varsinainen toimintatapa tulee olla mielessä ennen tapahtuman ideointia. Tapahtuman ideointivaiheessa järjestäjien tulisi pitää mielessä koko ajan oman osaamisen taso, halu ja innokkuus. Järjestäjien täytyy kyetä vastaamaan myös kysymyksiin kuka kattaa mahdollisen tappion ja takaa mahdolliset lainat. Kaikilla tapahtuman järjestämiseen osallistuvilla tulee olla selkeä visio käytettävissä olevasta budjetista sekä siitä, että tarvitaanko järjestelyihin ulkopuolista rahoitusta. (Kauhanen ym, 2002 39)

Paljonko kaikki tulee maksamaan ja mistä siihen saadaan tarvittavat varat? ”Tapahtumiin saadaan kulumaan rahaa niin paljon, kuin sitä on käytettävissä” (Vallo & Häyrinen, 2016,

177). Onnistuneen tapahtuman toteuttaminen ei vaadi kuitenkaan tuhansia euroja toteutukseen. Itse tekemällä mahdollisimman paljon säästää jo paljon varoja, joita voi käyttää esimerkiksi tapahtuman tekniikkaan. Kun aletaan laatimaan tapahtumabudjettia, tulee miettiä myös tapahtumasta saatavat tuotot. (Vallo & Häyrynen, 2016, 177-179)

Vallon & Häyrysen (2016, 126) mukaan tapahtuman tavoitteet, kohderyhmä ja halutut viestit määrittävät tapahtuman sisältöä ja ohjelmaa. Minkälaisia esiintyjä tarvitaan? Minkälainen on tapahtuman visuaalinen ilme? Näitä suunniteltaessa täytyy tuntea oma kohderyhmänsä ja ottaa heidät huomioon. Myös valitut esiintyjät tulee tuntea niin, että ohjelma sopii kohderyhmälle täydellisesti. (Vallo & Häyrynen, 126)

Tapahtumaa voidaan pitää kokonaisuutena, jossa kaikki osiot tukevat tapahtuman sisältöä. Tapahtumaan sisällön muodostavat teema, tekninen toteutus, esiintyjät sekä yleisö. Tapahtumaan tulee luoda sisältöä eri aisteille sekä sosiaaliseen mediaan ennen tapahtumaa, sen aikana ja jälkeen. (Vallo & Häyrynen, 2016, 233)

Tapahtuman esiintyjillä on suuri vaikutus illan kulkuun. Konserttia järjestettäessä esiintyjän tulee olla kohderyhmälle sopiva ja vetovoimainen. Esiintyjän valintaan liittyy myös riskejä. Koko tilaisuus voi kaatua, jos esiintyjät eivät saavu paikalle tai epäonnistuvat suorituksessaan. Järjestäjän vastuulla on arvioida, miten esiintyjä sopii tapahtumaan ja varmistaa keikan onnistuminen. (Vallo & Häyrynen, 2016, 244-246)

Suurin vastuu tapahtuman järjestämisestä on itse tapahtuman järjestäjällä. Onnistuakseen tapahtuma vaatii osaavan johtajan, ja siihen tehtävään valitaan projektipäällikkö, jolla on valtaa päätöksenteossa ja joka johtaa koko tapahtuman tuotantoa. Projektipäälliköllä on keskeisin asema jo suunnitteluvaiheessa. Hänen vastuullaan on suunnitelman syntyminen ja budjetointi sekä itse tapahtuman tuotanto ja alihankkijat. Projektipäälliköllä tulisi olla selkeä visio jo suunnitteluvaiheesta siitä, miltä kaikki valmiina näyttää itse tapahtumapäivänä. Projektipäällikkö myös varmistaa, että aikataulussa pysytään ja jokainen projektiryhmän jäsen tietää ja hoitaa tehtävänsä ja että koko tuotanto tapahtuu tavoitteiden mukaisesti tilaisuutta ajatellen.

3.4.2 Projektisuunnitelma

Projektisuunnitelma kokoaa yhteen kaikki reunaehdot, jotka tulevat tapahtuman suunnitelmaan. Suunnitelma vastaa strategiaan ja operatiivisiin kysymyksiin ja se toimii pohjana suunnittelukokouksissa. Projektin seuraaminen ja projektin onnistumisen arviointi ovat huomattavasti helpompaa, jos projektisuunnitelmasta löytyvät tavoitteisiin liittyvät asiat ja mittarit. Projektisuunnitelmasta näkee jokaisen projektissa mukana olevan vastualueet,

eli kuka tekee, mitä tekee ja mihin aikarajaan mennessä. Projektisuunnitelmaa päivitetään jatkuvasti projektin edetessä.

Eri vaiheiden aikatauluttaminen on ensiarvoisen tärkeää projektisuunnitelmaa laadittaessa. Toteutusvaiheisiin tulisi määritellä myös takaraja, jolloin projekti voidaan vielä kuopata ilman merkittäviä taloudellisia tappioita. Projektisuunnitelmaan tulisi merkitä myös päivämäärät, jolloin tapahtuman markkinointi ja ennakkolippujen myyminen alkavat. Ennakkolippujen myymisellä on suora vaikutus projektin rahoitukseen. Yleensä ennakkolipuista saatavat tuotot ovat ensimmäinen vaihe, jolloin järjestävä taho saa rahaa projektiin takaisin. Myös ohjelmiston julkaisemiseen tulee määritellä päivämäärät, ja tähän mennessä ohjelman tulee olla valmiina julkaistavaksi. (Kauhanen ym, 2002, 50)

Projektiryhmälle tulee teettää projektisuunnitelman pohjalta tehtäväluettelo, jossa on jokaisen projektissa mukana olevan tehtävät ja vastuualueet ennen tapahtumaa, sen aikana ja jälkeen. Projektiryhmä toteuttaa tapahtuman tuotantoa ja siihen kuuluvat sekä järjestävä taho, yhteistyökumppanit ja talkoolaiset. Vastuualueet kannattaa jakaa yhdessä projektiryhmän kesken. Eri vastuualueiden hoitajat vievät omaa projektiaan eteenpäin ja raportoi- vat muille etenemisestään. Näin varmistetaan projektien sujuvuus, ja mahdollisissa ongelmatilanteissa työtaakkaa voidaan jakaa projektien edistämiseksi. Projektiryhmä vastaa projektipäällikön delegeoimista tehtävistä ja yhdessä he muodostavat tapahtuman tuotan- non. (Vallo & Häyrinen, 2016, 265-271)

Projektisuunnitelman pohjalta projektipäällikkö tai tapahtumatuottaja tekee tapahtumakäsi- kirjoituksen, jota tarvitaan tapahtuman alkamisesta aina päättämiseen asti. Se alkaa vie- raiden saapumisesta ja päättyy viimeisten vieraiden poistumiseen. Tapahtumakäsikirjoi- tukseen on aikataulutettu mitä tapahtuu, missä se tapahtuu ja milloin. Jokainen vastuu- henkilö voi tapahtumakäsikirjoituksesta tarkistaa aikataulun, ja pitää huolen, että siinä py- sytään. Nämä vaikuttavat paljonkin tapahtuman sujuvuuteen ja laatuun. Jos asiat ovat suunniteltu ja aikataulutettu ennalta hyvin, tapahtuma myös sujuu paremmin. (Vallo & Häyrinen, 2016, 193-197)

3.4.3 Budjetti

Tapahtuman järjestäjien tulee suunnitella myös siihen liittyvät talousasiat mahdollisimman huolellisesti. Tapahtuman taloudellinen tasapaino pysyy parhaiten kasassa, jos budjetointi on tehty huolellisesti ja taloudelliset tavoitteet asetettu realistisesti. Myös suunnitelmassa pysyminen vaikuttaa paljon budjetin toteutumiseen ja tapahtuman onnistumiseen. Taloutta on seurattava suunnittelusta aina tapahtuman päättämiseen asti. Tapahtumasta saatu ta- loudellinen tulos lasketaan yksinkertaisesti miinustamalla kulut saaduista tuotoista. Kun tapahtuman taloutta suunnitellaan, paras lähtökohta on, kun kulut on saatu nollaan ennen

yhdenkään pääsylipun myyntiä. Tehokkain tapa varmistaa tulojen saaminen ennen tapahtumaa on pääsylippujen myyminen ennakkoon. (Iiskola-Kesonen, 2004, 76-77)

Budjetoinnin kannalta yleisömäärän arviointi on ehdottoman tärkeää. Tavoitteet yleisömäärästä riippuvat aina siitä, mitä tehdään, kenelle ja missä. Ensi kertaa tapahtumaa järjestettäessä kannattaa verrata samankaltaisia tapahtumia ja niiden kävijämääriä antamaan suuntaa oman tapahtuman yleisömäärän arviointiin. (Kauhanen ym, 2016, 47)

Nämä vastaavat kysymyksiin tapahtuman toteuttamisesta. Vastaukset näihin yhdessä strategisten kysymysten kanssa muodostavat toimivan kokonaisuuden. Jos jokin osa-alue kuitenkin on toista vahvempi, tapahtuman tasapaino järkkyy. Tapahtuman osallistujat voivat aistia puutteita tapahtuman tunnelmassa tai heille voi jäädä tunne tapahtuman jälkeen, ettei kaikki toiminutkaan. Suunnittelussa tulisi jatkuvasti olla mielessä teema ja kohde-ryhmä. Tapahtuma on parhaimmillaan kuin tarina. Tapahtumassa on juoni sekä onnellinen loppu ja parhaassa tapauksessa hieman myllytyksellisyyttä järjestäjien ja esiintyjien toimesta. Tapahtuman onnistumiseen vaaditaan teemaan sopiva tapahtumapaikka sekä esiintyjät. Illan sisältö tarjoaa yllätyksiä ja elämyksiä jotka muodostavat onnistuvan tapahtuman. (Vallo & Häyrinen, 2016, 127)

4 Toteutusvaihe

Tapahtuman suunnitteluvaiheessa tehdyt ratkaisut heräävät eloon toteutusvaiheessa. Kaikkien tapahtumassa työskentelevien tulee tietää oma osansa ja vastuualueensa sekä toimia yhteistyössä rakennusvaiheesta itse tapahtumaan ja sen purkuun asti. Tässä luvussa käsitellään tapahtuman toteutukseen liittyviä toimenpiteitä, jotka tulee hoitaa tapahtuman rakennusvaiheesta aina jälkimarkkinointiin asti.

4.1 Turvallisuus- ja lupa-asiat

Tapahtumanjärjestäjän tulee ottaa huomioon monia turvallisuuteen liittyviä asioita, jotta tapahtuma voidaan toteuttaa turvallisesti niin asiakkaiden, kuin myös järjestäjien kannalta. Vakuutuksia, erilaisia lupia ja tekijänoikeussäännöksiä on lukematon määrä, ja tapahtumanjärjestäjä voi helposti hukkua niiden tuottaman taakan alle. Tässä luvussa käydään läpi lakisääteiset asiat, jotka tuli ottaa huomioon USVA / Maiden Voyage –tapahtuman toteutumisen kannalta.

4.1.1 Turvallisuus

Turvallisuusriskeihin tulee varautua ja turvallisuuskysymysten tulee olla mietittyjä etukäteen ja tapauskohtaisesti. Järjestyksenvalvoja tulee olla riittävästi yleisön määrää kohden. Työntekijöiden tulee osata poistumistiet ja ensisammutus- ja ensiapukaluston sijainti. Myös tapahtumapaikan osoite tulisi olla kaikkien tiedossa hätäkeskusta varten. Tapahtuman turvallisuus on aina järjestäjän vastuulla. Tapahtuman koon mukaan järjestäjän tulee tehdä riskiarviot ja tehdä mahdolliset pelastus- ja turvallisuussuunnitelmat. Niissä kuvataan tapahtuman riskit, miten ne toteutuessaan vaikuttavat tapahtumaan ja kuinka ne ennaltaehkäistään, tai kuinka niiden sattuessa toimitaan tai vaikutuksia pienennetään. Pelastussuunnitelma tulee laatia Pelastuslain (2011/379) ja Valtioneuvoston asetuksen pelastustoimesta (2011/407) mukaisesti tapahtumissa, joissa odotetaan saapuvan vähintään 200 henkilön yleisö tai siellä käytetään avotulta, ilotulitteita tai muita pyroteknisiä tuotteita. (Vallo & Häyrinen, 2016, 216-217)

Melun taso ja ajankohta vaikuttavat siihen, tuleeko järjestäjän tehdä kunnan ympäristönsuojeluviranomaisille sekä poliisille meluilmoitus. Jos tapahtuman melun oletetaan olevan häiriöksi sen keston, voimakkuuden, toistuvuuden tai ajankohdan vuoksi, tulisi järjestäjän tehdä meluilmoitus myös tilapäisesti aiheutuvasta melusta. Kunnan ympäristönsuojeluviranomaisten tulisi saada ilmoitus viimeistään kuukautta ennen tapahtumaa. (Liskola-Kejonen, 2004, 93)

Yleisötilaisuuden järjestämisestä on tehtävä aina kirjallinen ilmoitus paikalliselle poliisille vähintään viisi vuorokautta ennen tapahtumaa Kokoontumislain (530/1999) 3 luvun 14 §

mukaan. ”Yleisötilaisuudella tarkoitetaan tässä laissa yleisölle avoimia huvitilaisuuksia, kilpailuja, näytöksiä ja muita niihin rinnastettavia tilaisuuksia, joita ei ole pidettävä yleisinä kokouksina” (Kokoontumislaki, 1999/530, 1. Luku, 2 §). Vaikka tilaisuuteen osallistuminen edellyttäisi kutsua, eli se olisi yksityistilaisuus, sovelletaan siihen kokoontumislakia, ellei sitä osallistujamäärältään, laadultaan tai muiden erityisten syiden perusteella voida luokitella yksityiseksi. Länsi-Uudenmaan poliisilaitoksen (Ohjeistus yleisötilaisuuden järjestäjälle, 2) mainitaan, että ilmoitus tulisi tehdä ainakin niissä tapahtumissa, joihin odotetaan osallistuvan yli 100 henkilöä. Yksityistilaisuuksiin ei lain mukaan tarvitse asettaa järjestyksenvalvoja, mutta Laki yksityisistä turvallisuuspalveluista (1085/2015) 3 luvun 26 § mukaan yksityistilaisuuksiin on kuitenkin mahdollista asettaa järjestyksenvalvoja.

Paloturvallisuuskysymyksissä auttaa aina paikallinen pelastuslaitos. Tapahtumanjärjestäjä saa pelastuslaitokselta tietoa mitä asioita tulee ottaa huomioon juuri kyseessä olevassa tapahtumassa. Poistumistiemääräyksistä, tarvittavasta ensisammutuskalustosta ja erilaisten materiaalien palosuojauksesta saa tarvittaessa lisätietoa pelastuslaitoksilta. (Kauhanen ym, 2002 88)

Kaikki luvat, jotka ovat myönnetty tai ovat vasta vireillä tulisi anomuksineen säilyttää turvallisessa paikassa tapahtuma-alueella. Mahdolliset lupiin liittyvät kysymykset viranomaisien kanssa on helpompi selvittää, jos tarvittavat paperit ovat helposti saatavilla. (Kauhanen ym, 2002, 91)

4.1.2 Vakuutukset

Tapahtumajärjestäjän velvollisuuksiin kuuluu myös hankkia vastuuvakuutus omalle tapahtumalleen. Vastuuvakuutus kuuluu vahinkovakuutuksiin, ja se suojaa vakuutuksenottajaa vahingonkorvausvelvollisuudelta. Se kattaa henkilö- ja esinevahingot, joista järjestäjät olisi voimassa olevan oikeuden mukaan vastuussa. (Hoppu, Hemmo, 2006, 315)

Talkoovakuutus on hyvä hankkia mahdollisia talkoolaisia varten. Vakuutus kattaa tapaturmista aiheutuvat hoitokulut, jos osallistujille ei makseta palkkaa. Jos Talkootöihin osallistuville maksetaan työstä korvausta, tulee heille hankkia työtapaturmavakuutus. (If Vahinkovakuutus Oyj 2017)

4.1.3 Tekijänoikeudet

Kun tapahtumassa käytetään musiikkia, joka on tallennettu, tulee ottaa yhteys aina Gramexiin ja Teostoon. Gramex on muusikoiden ja äänitteiden tuottajien edustaja Suomessa, ja Teosto on säveltäjien, sanoittajien, sovittajien ja musiikinkustantajien tekijänoikeusjärjestö. Teosto myöntää konserttien järjestäjille käyttöluvat esitettävään musiikkiin ja tilittää korvaukset esitettävästä musiikista sen tekijöille. Gramex kerää tekijänoikeuskorvauksia

esiintyville taitelijoille ja äänitteiden tuottajille. Gramex kerää korvauksia tapahtumissa, joissa äänitteellä esiintyviä ja niiden tuottajien musiikkia esitetään julkisesti. Myös yksityishenkilöt tarvitsevat luvat Teostolta ja Gramexilta järjestäessään tapahtuman, jossa soi musiikki. Esityspaikalle voi hankkia Gramexin ja Teoston yhteisen lisenssin. Esittävien taitelijoiden ja äänitteiden tuottajien puolesta lisenssin myöntää Gramex, ja Teosto edustamiensa oikeudenhaltijoiden puolesta. Tapahtumajärjestäjä voi hankkia tapahtumapaikan DJ-lisenssin, jolloin DJ ei tarvitse henkilökohtaista lisenssiä musiikin soittamiseen. (Gramex 2017; Teosto 2017)

Teostolta ja Gramexilta tarvitaan aina myös tapahtumalupa, kun yksityishenkilö, yritys, yhdistys tai yhteisö järjestää tapahtuman, jossa esitetään musiikkia. Tapahtumalupa tulee olla aina riippumatta siitä, onko tapahtuma maksullinen vai maksuton tai järjestetäänkö tapahtuma ravintolassa vai yksityisessä tilassa. (Teosto 2017)

Niissä esityspaikoissa, joissa tapahtumajärjestäjällä on voimassa oleva tapahtumapaikan DJ-lisenssi tai DJ-kertalisenssi, DJ ei tarvitse musiikin soittamiseen henkilökohtaista DJ-lisenssiä. Tapahtumapaikan DJ-lisenssin lisäksi esityspaikassa tulee olla Gramexin ja Teoston voimassa olevat esitysluvat. (Gramex & Teosto 2017)

4.2 Rakennusvaihe

Rakennusvaihe alkaa, kun tapahtuma-aluetta aletaan rakentaa. Rakennusvaihe tulee suunnitella etukäteen mahdollisimman pitkälle ongelmien välttämiseksi. Missä järjestyksessä aluetta aletaan rakentaa, ja mitkä osiot ovat riippuvaisia toisistaan? Tekniikka on tärkeässä osassa rakennusvaihetta, ja se tehdään yleensä valmiiksi ennen kalusteiden tuomista paikalle ja visuaalisen ilmeen luomista. Rakennusvaihe on myös suunniteltava aina tapahtumapaikan ja alihankkijoiden tavaroiden toimitusten mukaan. (Vallo & Häyriinen, 2016, 198-199)

Tapahtumatilan tekniikka on tärkeää varmistaa etukäteen. Riittääkö tilassa valmiiksi olevat AV-laitteet ja onko tilassa saatavilla riittävästi sähkövirtaa laitteisiin? Tekniikka tulee mitoittaa tapahtuman koon ja tarkoituksenmukaiseksi. Pienemmissä tilaisuuksissa harvemmin tulee ongelmaksi sähköön riittävä saanti, mutta tämä kannattaa kuitenkin pitää mielessä sekä muistaa myös sähköön suojaaminen mahdollisilta säävaikutuksilta ja ilkeivallalta (Kauhanen ym, 2002, 84). On hyvä ottaa myös selvää mitä toiveita esiintyjillä on tekniikan ja laitteiden suhteen. Jos tekniikka pettää, tulisi olla varasuunnitelma ja tiedossa henkilö, joka hoitaa ongelman. Näin yleisö saa tunteen, että kaikkeen on varauduttu. (Vallo & Häyriinen, 2016, 208-209)

Tapahtumaan voidaan luoda tunnelmaa erilaisilla somisteilla, rakenteilla ja kalusteilla. Kuinka paljon tarvitaan istumapaikkoja ja pöytiä sekä miten ne asetellaan? Valaisulla ja esiintymislavalla ja erilaisilla somisteilla on suuri merkitys tapahtuman yleisilmeeseen. Valaistuksen suunnittelussa tulee miettiä erikseen, minkälainen valaistus sopii kullekin esiintyjälle sekä minkälaista tunnelmavalaisusta muualla tapahtumatilassa tarvitaan. Näitä rakentaessa tulee kuitenkin pitää mielessä turvallisuus. (Kauhanen ym, 2002, 80)

Tapahtumajärjestäjän imagon kannalta keskeisessä asemassa on tapahtuma-alueen siisteys. On tärkeää määrittellä, kuka siivoaa ja mitä alueita tapahtuman aikana. Myös saniteettitilojen toimivuus tulee tarkistaa aika-ajoin sekä roskikset on tyhjennettävä. (Kauhanen ym, 2002, 81-82)

Tapahtuman aikana viestinnän tulee toimia moitteettomasti ja nopeasti. Tapahtuman alkamisesta tulee ilmoittaa käytettävillä kanavilla ja osallistujat pitää toivottaa tervetulleiksi. Myös mahdolliset muutokset ohjelmassa tulee tiedottaa välittömästi eri kanaviin sekä itse paikan päällä. Tapahtuman aikana kerrotaan tapahtuman ajankohtaisista asioista ja vastailla mahdollisiin kysymyksiin tapahtumaan liittyen. Tunnuslukuja asettamalla ja niitä seuraamalla voidaan seurata viestinnän onnistumista ennen tapahtumaa, sen aikana ja jälkeen. (Iiskola-Kesonen, 2004, 67-68)

4.3 Tapahtuman laatu

Järjestäjillä tulisi aina olla tavoitteena tehdä laadultaan hyvä tapahtuma. Tapahtuman laatua voidaan ajatella kaksikulotteisena. Nämä ovat tekninen laatu ja toiminnallinen laatu. Tekninen laatu ilmaisee, mitä konkreettista asiakkaalle jää kätehen tapahtumasta. Se voi olla esimerkiksi ohjelmalehtinen tai sisäänpääsyranneke. Toiminnallinen laatu on aineettonta, ja siihen kuuluu elämykset, joita osallistuja koki tapahtumassa sekä hänen saama palvelu. Tapahtumajärjestäjän toiminnalla ja eri vuorovaikutustilanteilla henkilökunnan kanssa on suuri vaikutus toiminnalliseen laatuun, ja se on aina henkilökohtaista. Myös odottamattomiin tilanteisiin tulee varautua. Niiden sattuessa järjestäjien tulee osata toimia niin, ettei asiakkaille aiheudu epämiellyttäviä kokemuksia.

Kuitenkaan tekninen ja toiminnallinen laatu eivät yksin ratkaise asiakkaan mielessä tapahtuman onnistumista. Ennako-odotukset tapahtumaa kohtaan vaikuttavat suuresti osallistujan näkemykseen tapahtumasta. Jos tapahtuma on täyttänyt odotukset, sen laatu on myös hyvä. Tapahtumaan osallistuva joutuu pettymään, jos tapahtuma ei vastaa odotuksia. Tapahtuma ei saisi kuitenkaan ylittää odotuksia liikaa. Asiakas saattaa hämmentyä ja olla tyytymätön myös tässä tapauksessa. Tapahtuma on usein onnistunut parhaiten silloin, kun odotukset ylittyvät vain vähän. Asiakkaan odotukset tapahtumasta tulisi siis olla realistisia. Näihin odotuksiin vaikuttavat asiakkaan tarpeet, tapahtuman markkinointi ja

viestintä sekä tapahtuman maine. Ennakko-odotukset tulee ottaa huomioon, kun suunnitellaan tapahtuman markkinointia. (Iiskola-Kesonen, 2004, 22-24)

4.4 Päätäminen

Kun tapahtuma lähestyy loppuaan, vastuuhenkilöiden tulee alkaa kiinnittää huomiota sen päättämiseen. Tapahtuma-alueen purkaminen ja siivous tulee alkaa heti vieraiden poistuttua ja on varmistettava, että tarvittavat henkilöt ovat paikalla ja valmiina sitä varten. Tapahtuman purkamisessa on hyvä käyttää talkoolaisia, jotka eivät vielä ole olleet töissä tapahtuman aikana. Talkoolaisilla tulee olla tarpeeksi energiaa huolelliseen ja nopeaan työhön. Eri vastuuhenkilöiden on myös hyvä tarkastaa etukäteen mitä heidän vastuualueelleen kuuluu ja ajoittaa eri työvaiheet myös oman energiatasonsa mukaan. (Iiskola-Kesonen, 2004, 12)

4.5 Jälkimarkkinointivaihe

Tapahtumasta tiedottaminen ei saisi unohtua tapahtuman jälkeen, vaikka järjestäjät ovatkin uupuneita. Tapahtuman onnistumisesta ja tavoitteisiin pääsemisestä on tärkeää kertoa heti tapahtuman jälkeen jälkimarkkinoinnin kautta. Myös mahdolliset epäonnistumiset, ja syyt niihin, on hyvä kertoa rehellisesti. Viestinnän vaikuttavuutta on seurattava koko viestinnän elinkaaren ajan. (Iiskola-Kesonen, 2004, 68)

Tapahtuman jälkeen järjestäjät kiittävät kävijöitä, esiintyjä, muita järjestäjiä ja yhteistyökumppaneita osallistumisesta tapahtumaan ja sen toteuttamiseen. Jälkimarkkinoinnin aikana on tärkeää pitää mielessä tapahtuman tavoitteet. Tapahtumaan osallistuneita voi myös osallistuttaa keskusteluun menneestä tapahtumasta erilaisilla forumeilla, ja niissä voi tiedottaa myös tulevista tapahtumista. Osallistujat voivat jakaa kokemuksiaan tapahtumasta ja jopa ne, jotka eivät päässeet osallistumaan tapahtumaan voivat seurata keskustelua aiheesta. Palautteen kerääminen on tärkeä osa jälkimarkkinointia. Palautetta tulee kerätä niin yleisöltä, kuin myös järjestäjiltä ja on tärkeää saada vastaus, kuinka hyvin päästiin tavoitteeseen, mitä voisi parantaa, tehdä toisin ja mitkä asiat toimivat loistavasti. Näitä palautteita pitää verrata lähtötilanteessa asetettuihin tavoitteisiin. Tulosten perusteella saadaan arvokasta tietoa ja tapahtumaa pystytään kehittämään aina paremmaksi palautteen perusteella. Seuraavaa tapahtumaa suunniteltaessa käydään läpi palautteita edellisestä tapahtumasta ja niitä käytetään parantamaan tulevia tapahtumia. Tapahtumaprosessi on jatkuvaa oppimista ja järjestävä taho saa valtavan osaamispääoman. (Vallo & Häyrynen, 2016, 224-227)

Kun tapahtuma on ohi ja palautteet on kerätty, on aika pitää yhteenveto tapahtumasta ja palautepalaveri. Palaverissa käydään läpi ja kirjataan ylös yleisön ja järjestäjien palautteet

ja arvioidaan, missä onnistuttiin, kuinka hyvin tavoitteisiin päästiin ja onko tähtäimessä järjestää uusi tapahtuma. Myös suunniteltu budjetti ja toteutunut budjetti tulee käydä läpi ja kirjata yhteenvetoon. Palautepalaveri on hyvä pitää nopeasti tapahtuman jälkeen, kun asiat ovat vielä tuoreessa muistissa. Tapahtuman yhteenveto kannattaa tehdä kirjallisesti, jotta sitä voi käyttää työkaluna vastaavia tapahtumia järjestettäessä tulevaisuudessa. (Vallo & Häyrinen, 2016, 228-229)

Tapahtuman kaikki vaiheet suunnittelusta päätöspalaveriin tulisi dokumentoida ja kaikki mitatut tulokset otettava talteen. Valokuvia on hyvä kerätä myös jokaisen vaiheen aikana ja niistä kannattaa koostaa yhtenäinen, lineaarinen leikekirja. (Iiskola-Kesonen, 2004, 12)

5 USVA / Maiden Voyage

Yleisötapahtuman suunnittelu pitää sisällään hyvin paljon yksittäisiä osia, joista muodostetaan kokonainen tapahtuma. Mitä paremmin suunnittelutyö on tehty, niin sitä onnistuneempi tapahtumasta todennäköisesti tulee. USVA / Maiden Voyage tapahtuman käytännön toteutus alkoi keväällä 2017, jolloin järjestäjät pitivät yhteisiä tapaamisia, joissa tapahtumaa suunniteltiin. Ensimmäiset tapaamiset olivat tammikuussa, jolloin päätettiin ensimmäisenä tapahtuman ajankohta, jonka jälkeen muut prosessin osat pystyttiin aikatauluttamaan ja priorisoimaan. Näitä osia olivat muun muassa tapahtuman idea, tavoite, tuote, asiakkaat, ajankohta, tapahtumapaikka ja lipunmyynti. Tapahtumalle asetettiin myös omat tavoitteensa mihin kaikki järjestäjäjäsenet pyrkivät toiminnassaan. Inspiraatiota tapahtumalle haettiin konemusiikin historian varhaisilta vaiheilta.

5.1 Konemusiikin historiaa

Underground tyyliset tapahtumat perustuvat Yhdysvaltalaiseen gay-kulttuuriin ja 80-luvulla New Yorkista, Chicagosta ja Detroitista alkaneeseen house- ja techno-kulttuuriin. Kyseisistä kulttuurimuodoista löytyy vähäisesti kirjallista materiaalia, mutta verkkomateriaalia löytyy luotettavista lähteistä kuten Red Bull Music Academy ja Complex.

Underground-, klubi- ja rave-kulttuuri pohjautuvat aina 1950-luvulla alkaneeseen pop-kulttuuriin. 50-luvulla rock 'n' roll musiikki hallitsi yökerhoja, ja ajan kuluessa jazz-musiikki otti vallan, jonka syrjäytti taas 70-luvulla disco- ja soul-musiikki. Nämä kaikki musiikkigenret ovat afroamerikkalaisten henkilöiden luomia musiikkityylejä, jotka ovat löytäneet tiensä valtavirtaan. (Zlatopolsky 2014)

Nykyaikainen DJ- ja yökerhokulttuuri ovat myös lähtöisin Yhdysvalloista ja siellä vallinneesta mustien gay-kulttuurista. 70-luvun New York oli monien eri kulttuurien ja etnisyyksien kohtauspaikka. Kansalaisliikkeiden myötä mustat olivat ottaneet jalansijaa valtavirtakulttuurissa, mutta he olivat silti köyhiä ja turhautuneita. Mustat, homot ja muut etniset ryhmät toimivat underground-kulttuurin pioneereina, josta on muodostunut nykyisen valkoisen valtaväestön suosima vapaa-ajan viettotapa. Yökerhoista ja tanssijuhlista on tullut yksi historian tärkeimmistä kulttuuriasioista. Tapahtumien tarkoituksena oli tuoda erilaisia taustoja omaavia ihmisiä yhteen muodostaen uudenlainen ja yhtenäinen tapahtumakulttuuri. (Complex 2017)

House-musiikki on lähtöisin New Yorkista ja siellä esiintyneistä DJ:stä, jotka yhdistelivät saumattomasti progressiivista rockia, discoa ja soulia. Samaan aikaan Chicagossa perustettiin Warehouse-niminen yökerho, joka jakoi genren kahteen kaupunkiin. Chicagon DJ:t

soittivat tiettyylistä musiikkia, josta tuli ominaista Warehouse-klubille. Paikan päällä olleet henkilöt halusivat löytää illoissa soitettua musiikkia levykaupoista. Warehouse-yökerhossa soitettuja levyjä alettiin lokeroida levykaupoissa Warehouse-nimen alle ja lopulta etuliite jätettiin pois ihmisten kysellen "house"-musiikin perään. Näin ollen syntyi yksi maailman suosituimmista musiikkigenreistä, joka on synnyttänyt lukuisia artisteja ja alalajeja. Pienistä yökerhoista 70- ja 80-luvun taitteen Yhdysvalloista lähtenyt musiikki on nyt miljoonabisnestä ja sen supertähdet kiertävät esiintymässä ympäri maailmaa tienaamalla suuria keikkapalkkioita vain muutaman tunnin pituisista keikoista. (Complex 2017)

Techno-musiikki syntyi niin ikään Yhdysvalloissa mustien musiikkikulttuurista. Techno-musiikin syntypaikkana toimi New Yorkin ja Chicagon sijasta Motown-musiikista tunnettu teollisuusmahti Detroit. Detroitissa yökerhoissa valtaa pitivät funk, r&b ja disco-bändit. Taloudellisen tilanteen heiketessä isoja keikkapalkkioita pyytävät kokonaiset bändit korvattiin DJ:llä, joka yksittäisenä henkilönä maksoi vain murto-osan kokonaisesta bändistä. (Zlatopolsky 2014)

80-luvun Detroitissa juhlat jatkuivat läpi yön aina aamun tunneille asti. Klubi-iltoja järjestettiin pääosin alueilla, jossa asui ja juhli suurimmaksi osaksi homoja. Homoklubeilla tunnelma oli vapaa ja DJ:t saattoivat soittaa mitä tahansa musiikkia, joten ne toimivat hyvin uuden genren syntypaikoiksi. (Zlatopolsky 2014)

House- ja techno-musiikissa artistit yhdistelevät useita eri genrejä ottamalla kappaleista vain muutaman sekunnin mittaisia pätkiä, joita he yhdistelevät rumpukoneilla ja tietokoneilla aikaan saatuihin rytmeihin, luoden näin ollen täysin uuden kappaleen.

Nykyisten massatapahtumien vastapainona järjestetään pienempiä tapahtumia, joissa pyritään house- ja techno-kulttuurin alkuaikojen tyyliin vaihtoehtoisin tapahtumiin. Tapahtumien tarkoituksena on saattaa eri taustoja omaavia ihmisiä yhteen musiikin ja hyvän tunnelman avulla.

5.2 Tapahtuman lähtökohta

USVA:n vahvuutena voitiin pitää yllätysmomenttia ja järjestäjien henkilökohtaisia kokemuksia lukuisista vastaavista tapahtumista. Tämän lisäksi suljettu tapahtuma toimii yhtenä houkuttimena, koska tilaisuuteen kutsutut henkilöt kokevat olevansa etuoikeutettuja saadessaan kutsun tapahtumaan. Ensimmäistä kertaa järjestettävän tapahtuman uutuuksien viedä kiinnostaa myös hyvin paljon ihmisiä. Tapahtuman heikkoutena voidaan nähdä hyvin rajallinen budjetti ja kapea kontaktipinta. Myös konkreettinen kokemattomuus tapahtumanjärjestämisestä voidaan nähdä heikkoutena. Tapahtuman järjestäjät kokivat rajalli-

sen budjetin ja kokemattomuuden kuitenkin mahdollisuutena, koska rajalliset resurssit pakottivat luoviin ratkaisuihin. Uhkana tapahtumalle olivat alhainen kävijämäärä, tavarantoimittajien viivästykset, sopivan tilan löytäminen ajallaan sekä tekniikan toimimattomuus.



Kuvio 3. USVA:n SWOT-analyysi

USVA / Maiden Voyage –tapahtuman idea lähti kolmen henkilön yhteisestä ajatuksesta järjestää alusta loppuun itse klubi-ilta, joka koostuisi erilaisista esittävien taiteiden osa-alueista luoden ainutlaatuisen kokonaisuuden. Ideana oli järjestää perinteisestä massatapah- tumasta poikkeava underground-tyylinen ilta, jonka musiikilliset tyylilajit, visuaaliset tehos- teet, tapahtumapaikka ja vieraat valittaisiin tapahtumatyylille ominaisesti. Musiikkigenret tulisivat sisältämään erilaisia rytmimusiikin alalajeja, joita visuaaliset tehosteet, kuten vi- deot ja kuvat sekä erilaiset valoefektit, parantaisivat. Tila olisi tapahtumatyylin ja graafisen ilmeen mukainen ja vieraat olisivat tarkkaan valittuja ystäviä. Juuri tämän kaltaiset tapah- tumat ovat sellaisia, joissa järjestäjät itsekin viihtyvät.

Tapahtuman nimi päätettiin yhdessä järjestäjien kesken useiden ehdotusten jälkeen. Koska tapahtuma oli järjestäjien ensimmäinen yhteinen projekti, nimeksi valikoitui Maiden Voyage eli neitsytmatka. USVA-konseptinimeen päädyttiin monien vaiheiden ja ehdotus- ten jälkeen. Nimen haluttiin kuvastavan mystisyyttä ja salaperäisyyttä, sekä nimestä halut- tiin lyhyt ja mieleenpainuva. Järjestäjät halusivat myös, että nimessä olisi jokin yhdistävä tekijä Suomeen tai kotikaupunkeihin, joten nimeksi valikoitui suomenkielinen sana.

USVA-tapahtuma oli järjestäjien ensimmäinen virallinen ja suuremmalle yleisölle tarkoi- tettu tapahtuma. Tapahtuman suunnitteluprosessi alkoi noin puoli vuotta ennen itse tapah- tumaa projektitapaamisen merkeissä. Tapaamisessa sovittiin yleisesti siitä mitä, milloin, miten ja kenelle haluttiin järjestää. Tapaamisen jälkeen perustettiin yhteinen WhatsApp- ryhmä, jonka kautta järjestäjäjäsenet pystyivät ehdottamaan tapahtumalle erilaisia tiloja,

esiintyjä, visuaalista ilmettä ja muuta sisältöä. Viimeisessä tapahtumabriefissä luotiin tapahtumakäsikirjoitus, jossa käytiin läpi jokaisen järjestäjän vastuualueet illan aikana. Näin ollen jokaisella järjestäjällä oli selkeä kuva omista tehtävistään ja he pystyivät ennakoimaan illan tapahtumia.

USVA-tapahtumalla ei ollut perinteistä liiketoiminnallista tavoitetta, jossa kaikki toimet pohjautuisivat rahallisen tuloksen tekemiseen. Klubi-illan pääasiallisena tarkoituksena ei ollut tehdä tuottoa, vaan tapahtumaa voitiin pitää onnistuneena, jos asiakkaat viihtyivät ja taloudellinen tulos olisi edes vähän plussan puolella. Tapahtuma järjestettiin siis rakkautta musiikkiin, kulttuuriin ja tapahtumiin, eikä rahaan. Hyvän liiketavan mukaisesti tappiollista liiketoimintaa kuitenkin vältettiin.

Tapahtuman tavoitteiden asettaminen ohjasi kaikkea muuta päätöksentekoa kevään aikana. Esimerkiksi rahalliset kulut pyrittiin minimoimaan, laadusta kuitenkin tinkimättä. Myös kaikki markkinointimateriaali luotiin itse alusta alkaen, jotta säästettäisiin ulkopuoliselle taholle maksettava rahamäärä. Materiaalia luotiin itse, säästämisen lisäksi, myös siitä syystä, että siinä syntyi konkreettisia esimerkkejä koulussa opituista asioista.

Taloudellinen tavoite oli päästä niin sanottuun ”plus miinus nolla” –tulokseen, jolloin tapahtuman tulot vastaisivat kuluja. Rahalliset tuotot ovat tapahtuman välittömiä tavoitteita ja sen lisäksi tapahtuman välillisinä tavoitteina oli luoda hyvä asiakassuhde tulevaisuutta varten, kun vastaavanlainen tapahtuma järjestettäisiin uudestaan. Välillisiä tavoitteita ei voida mitata suoraan rahassa vaan ne parantavat tapahtuman imagoa ja tunnettuutta. Kuten aiemmin mainittiin, tapahtuma järjestettiin oppimistarkoituksessa ja järjestäjät halusivat tarjota vierailleen hyvän kokemuksen, ja rahallisen tuloksen tekeminen olisi toissijainen tavoite. Tapahtuman taloudelliset tavoitteet asetettiin realistisesti ja taloudellista tulosta seurattiin koko illan ajan pitäen kirjapitoa saaduista lipputuloista.

Sisällöllisenä tavoitteena oli luoda tapahtumassa esitettävästä musiikista ja visuaalista elementeistä sellainen kokonaisuus, jonka asiakaskunta kokee mielenkiintoiseksi ja tasoltaan sellaiseksi, että ovat valmiita maksamaan tapahtumalipun hinnan. Sisällön suunnittelussa otettiin huomioon kohdeyleisö ja heidän arvonsa, joten hyvin rajattu kohdeyleisö helpotti tätä työtä huomattavasti.

Klubi-illan suunnittelu aloitettiin heti vuoden 2017 tammikuussa ja tapahtuman päivämääräksi valikoitui perjantai 16. kesäkuuta siitä syystä, että tapahtuman käytännön järjestelyt, kuten tila- ja laitevuokraaminen pystyttiin hoitamaan ajallaan, sekä tapahtuman promootille olisi näin ollen riittävästi aikaa. Pääkaupunkiseudun tapahtumakalenteri otettiin myös huomioon valitsemalla päivämäärä, jolloin vastaavia kilpailevia tapahtumia ei järjestettäisi.

Kesäkuu sopi ajankohdaksi myös hyvin, koska suurin osa ihmisistä on silloin kouluista ja työpaikoista kesälomilla, ja haluavat lomillaan osallistua USVA:n kaltaisiin tapahtumiin. Tapahtuma järjestettiin myös osittain ulkona, joten kesäkuinen lämmin sää toimi myös asiakkaiden houkuttimena, koska he pystyivät tapahtumassa nauttia lämpimästä säästä, musiikista ja ystävistä.

Tapahtumaan odotettiin saapuvan noin 100 henkilöä, joka oli tapahtumatilan kapasiteetti. Odotuksiin vaikutti myös se, että tilaisuus oli luonteeltaan underground-tyylinen, eikä näin ollen vedä suuria massoja kuten tavalliset yökerhot. Ilta oli tarkoitus pitää intiiminä yhtenäisen porukan tapahtumana, jonka yhtenäisyyden suuri yleisömäärä olisi voinut rikkoa. Julkista näkyvyyttä pyrittiin välttämään mahdollisimman pitkälle ja tarkoituksena oli ylläpitää tietynlaista salailua ja mysteeria tapahtumapaikasta ja sisällöstä. Tämänkaltaisen salamyhkäisyys ja asiakaskunnan valikoiminen luovat tapahtumalle omanlaista luonnetta ja kiinnostavuutta, koska asiakkaat eivät oikein tiedä mitä odottaa, eivätkä kaikki pääse kokemaan tapahtumaa. Facebook-tapahtuma ei ollut näkyvillä kuin vain kutsun saaneille henkilöille ja kaikki markkinointimateriaali oli näkyvillä pelkästään tapahtumasivulla.

Maiden Voyage –tapahtuma järjestettiin valikoidulle ryhmälle, joka koostui saman henkisistä ihmisistä. Vieraat olivat järjestäjien ystäviä ja heidän ystäviään. Tapahtuman vieraat olivat sellaisia henkilöitä, jotka ovat aikaisemminkin käyneet vastaavissa tapahtumissa ja näin ollen tietävät suurin piirtein mitä on luvassa, ja millainen toimintakulttuuri underground-tyylisessä tapahtumassa on. Rajattujen musiikkigenrejen takia myös asiakaskunta rajattiin, jotta asiakkaiden viihtyvyys olisi taattu. Homogeeninen asiakaskunta luo myös suuremman yhteisöllisyyden tunteen ja vähentää erimielisyyksien syntymistä asiakkaiden kesken. Järjestäjille tutut vieraat olivat myös valmiita auttamaan tapahtuman erilaisissa järjestelytyöissä kuten siivoamisessa ja purkamisessa.

Asiakaskunta koostui noin 18-35 vuotiaista pääkaupunkiseudulla tai sen läheisyydessä asuvista henkilöistä. Vaikka tapahtumassa ei ollut alkoholitarjoilua, niin asiakaskunta rajattiin täysi-ikäisiin henkilöihin.

Musiikillisesti ja visuaalisesti tapahtumassa yhdistettiin underground-tyylille ominaisia musiikkityylejä kuten house- ja techno-musiikkia sekä erilaisia visuaalisia elementtejä, jotka muodostivat yhtenäisen kokonaisuuden. Visuaaliset elementit pitivät sisällään videota, kuvia sekä erilaisia valo- ja savuefektejä. Myös tapahtumapaikkaa somistettiin tapahtuman tyylin mukaiseksi. Visuaalinen puoli pyrittiin pitämään yhtenäisenä sosiaalisessa mediassa julkaistun markkinointimateriaalin kanssa (liitteet 1, 2, 3, 4 & 5), jolloin kaikesta tapahtuman ympärille luodusta materiaalista muodostuisi yhtenäinen kokonaisuus.

Tapahtumaa markkinoitiin suljetulle porukalle sosiaalisen median eri kanavissa. Markkinoinnissa luotettiin myös niin sanottuun ”puskaradioon”. Sosiaalinen media valikoitui tapahtuman markkinointikanavaksi, koska se oli ilmaista ja peitto oli tapahtumalle sopiva. Tapahtuman kohderyhmä on myös sen ikäistä, että he käyttävät aktiivisesti sosiaalisen median eri kanavia ja heidän tavoittaa sitä kautta parhaiten.

Illan markkinointi aloitettiin huhtikuussa 2017 (liite 2), jolloin tapahtumatila vuokrattiin. Markkinointi- ja viestintästrategia luotiin järjestäjien ensimmäisissä tapaamisissa. Markkinointistrategia sisälsi Facebook-tapahtuman luomisen sekä bannerikuvien (liitteet 1 ja 8), ja teaser-videoiden (liitteet 2 ja 3) luomisen. Markkinointisuunnitelmaa päivitettiin lisäämällä siihen sosiaalisen median päivittäminen, johon sisältyi artistijulkaisut (liitteet 3 ja 4), aikataulujulkaisut (liite 11), sekä klubi-tapahtumille tyypillisten tapahtumapäivitysten tekeminen, johon sisältyi muun muassa tapahtumassa soitettavan musiikin esitleminen (liitteet 9 ja 10).

Pääasiallisena markkinointikanava toimi Facebook-tapahtuman seinä, jota päivitettiin aluksi kerran viikossa ja tapahtuman lähestyessä useamman kerran viikossa. Viimeisen seitsemän päivän ajan ennen tapahtumaa päivitystahtia kiristettiin siten, että jokaisena päivänä julkaistiin vähintään yksi päivitys. Päivitykset sisälsivät aina kuvia ja tietoa tulevasta tapahtumasta. Jossain päivityksissä oli myös mukana musiikkia. Facebook-päivityksissä ilmoitettiin tapahtuman paikasta, ajankohdasta, lippujen saatavuudesta ja hinnasta. Illan aikana esiintyvät artistit jakoivat myös tapahtumaseinällä omia musiikkilinkkejään, jotka vastasivat tyyliltään sellaista musiikkia, jota illan aikana soitettaisiin.

Tapahtuman graafinen ilme päätettiin järjestäjien kesken ja sen käytännön toteuttamisesta vastasi yksi henkilö. Graafinen ilme valittiin siten, että se olisi yhtenäinen järjestäjien oman henkilöbrändin, tapahtumatyylin ja tapahtumatilan kanssa. Värimaailmaksi valikoitui mustan ja harmaan sekoitukset, jotka toistuivat päivitysten kuvamateriaalissa ja itse tapahtumatilassa. Kaikessa graafisessa markkinointimateriaalissa yhdistyi tapahtumalle ominainen salailu ja mysteeri. Mainoksissa yhdistettiin mekaanisia elementtejä, kuten vanhoja VHS-soittimia, savukoneita ja tapahtuman eräänlaisena maskottina toimi kyborgia esittävä hahmo. Kaikki tämänlaiset visuaaliset elementit tukivat tapahtumatilan teollista ilmettä ja konemusiikin koneellisuutta, joista muodostui hyvin yhtenäinen kokonaisuus.

5.3 Tapahtuman toteutus

Tapahtumapaikaksi valikoitui Helsingin Suvilahden Magito-studio nimellä toimiva tila. Vuonna 1991 perustettu Magito toimi alun perin eduskuntataloa vastapäätä sijaitsevilla

VR:n makasiineilla, joista se siirtyi nykyisiin Suvilahden tiloihin vuonna 2006. Tila koostuu kahdesta studiotilasta, jotka muodostat yhden ison tilan. Kapasiteettia tilassa on noin 100 henkilölle. Tavallisesti tilaa vuokrataan valo- ja videokuvauskäyttöön, mutta siellä järjestetään myös yksityistapahtumia. Myös USVA / Maiden Voyage –tapahtuman tyylisiä klubi-iltoja on järjestetty tilassa aikaisemmin. (Magito 2017.)

Intiimi teollinen tila sopii hyvin underground-henkisen musiikkitapahtuman järjestämiseen, koska se myötäilee 80- ja 90-luvun alkuperäisiä rave-tapahtumien tapahtumapaikkoja. Vanhoissa varastorakennuksissa ja Yhdysvaltojen teollisissa mahtikaupungeissa, kuten Detroitissa, järjestetyt tapahtumat löysivät paikkansa tyyliltään samanlaisista tiloista.

Tapahtumapaikalle oli myös erittäin tärkeää se, että sinne olisi helppo tulla. Suvilahden hyvä sijainti lähellä Helsingin keskustaa hyvien liikenneyhteyksien varrella toimi loistavasti. Paikanpäälle oli helppo saapua ja tilan välittömässä läheisyydessä ei ole asuinrakennuksia, joita yöllinen meteli häiritsisi.

Vaikka tapahtuma oli mittakaavaltaan suhteellisen pieni, niin sen toteuttamiseksi vaadittiin useampia yhteistyökumppaneita. Tapahtuma vaati hyvin paljon erilaisia audiovisuaalisia elementtejä, joita tilasta ei löytynyt kiinteästi. Yökerhotasoinen äänentoisto, DJ-laitteistot, valoefektit ja savukoneet ovat hyvin kalliita, eikä niitä löytynyt järjestäjiltä omasta takaa. Näin ollen kaikki tapahtumassa tarvittava kerättiin kasaan kevään aikana eri ”alihankkijoilta”. Osa tapahtumassa käytetyistä välineistä haalittiin kasaan pääkaupunkiseudulla asuivilta tutuilta ilmaiseksi tai pientä korvausta vastaan. Suurimmat hankinnat koskivat äänentoistoa, joka tuotiin autolla Turusta Helsinkiin. Äänentoiston laatu haluttiin varmistaa, joten se tilattiin audiovisuaalisiin välineisiin erikoistuneelta yritykseltä ja kaiutinelementit sekä valot valittiin tilan koon ja tapahtuman luonteen mukaisesti. Tapahtuman markkinointimateriaalin kokoamiseen osallistui myös järjestäjien ystäviä, jotka saivat palkkansa ilmaisena sisäänpääsynä tapahtumaan. Kaikki tavarantoimitukset olivat ajallaan ja laitteet olivat toimivia, joten yhteistyö alihankkijoiden kanssa toimi moitteetta. Maksupolitiikka oli joustava ja kaikki yhteistyökumppanit olivat niin tyytyväisiä järjestävän tahon toimiin, että he tarjosivat palveluitaan käytettäväksi myös tulevaisuudessa. Osa yhteistyökumppaneista tarjoutui tekemään jatkossa vielä monipuolisempaa yhteistyötä tarjoamalla esimerkiksi valo- ja videosuunnittelua tuleviin tapahtumiin.

Underground-tyylille ominaisesti tapahtuma järjestettiin talkoohengessä useiden henkilöiden avustuksella. DJ-laitteisto, äänentoisto, somisteet ja esiintyjät hankittiin eri paikoista, suurin osa ilmaiseksi tai hyvin pientä korvausta vastaan. Tapahtuman DJ:t esiintyivät ta-

pahtumassa ilmaiseksi Pro bono -hengessä. Paikan päällä tehtyihin käytännön järjestelyihin, ennen tapahtumaa ja sen jälkeen, osallistui myös reilu määrä tapahtuman vieraita ilman palkkaa luoden tapahtumalle hyvän yhteishengen.

Tapahtuman pääasiallisesta järjestämisestä olivat vastuussa kolme henkilöä, joiden lisäksi tapahtuman mahdollisesti useampi yhteistyökumppanitaho. Tapahtuman tuli olla tunnelmaltaan sellainen, jossa vieraat kokevat saavansa rahoilleen vastinetta, viihtyvät ja saavat uusia positiivisia kokemuksia. Tähän tavoitteeseen pyrittiin tarjoamalla tarkasti valitulle porukalle, heitä kiinnostavaa sisältöä, unohtamatta järjestäjien omia mieltymyksiä ja toiveita tapahtuman sisällöstä.

Tapahtuman järjestämisen taloudellisesta vastuusta vastasivat kolme järjestäjäjäsentä. Yksi kolmesta jäsenestä vastasi pääasiallisesti budjettilaskelmien tekemisestä sekä maksuista. Mahdollisista voitoista ja tappioista sovittiin järjestäjien kesken siten, että maksuista vastannut henkilö saisi omat rahansa ensin takaisin ja sen jälkeen yli jäänyt rahamäärä jaettaisiin tasan kaikkien jäsenten kesken tai raha laitettaisiin sivuun seuraavaa tapahtumaa varten. Klubi-illan budjetiksi muodostui kaikkine kuluineen noin 1300€. Tämä budjetti sisälsi tilavuokran, DJ-laitteiston, äänentoiston, ovimiehen ja somisteet. Tapahtumalle ei haettu ulkopuolista rahoitusta ja budjetti pidettiin tästä syystä mahdollisen pienenä. Lähes kaikki tapahtuman sisältö luotiin itse kulujen leikkaamiseksi, ja ylimääräiset asiat pyrittiin karsimaan pois. Budjetti otettiin huomioon lippujen hintoja päätettäessä.

Tapahtuman esiintyjät valikoituivat järjestäjien ystävistä, jotka ovat aikaisemminkin tehneet DJ-keikkoja. Artistit ja heidän soittoaikansa päätettiin siten, että kevyempää ja hitaampaa musiikkia soittavat DJ:t esiintyivät alkuillasta ja rankempaa sekä nopeampi tempoista musiikkia soittavat artistit esiintyivät loppuillasta. Näin illalle luotiin oma draaman kaari, jonka aikana siirryttiin lempeästä tunnelmasta rankempaan ja intensiivisempään. Kaikki tapahtuman esiintyjät olivat isommalle yleisölle hieman tuntemattomampia ja tapahtuma toimi heille hyvänä esiintymismahdollisuutena.

Kaikki tapahtuman DJ:t ovat aikaisemmin esiintyneet myös samankaltaisissa tapahtumissa. Osalla soittokokemusta oli jo useamman vuoden ajalta ja toiset ovat vasta tänä vuonna aloittaneita DJ:tä. Yhteensä illan aikana esiintyi kahdeksan DJ:tä mukaan lukien kolme järjestäjäjäsentä. Kaksi järjestäjäjäsentä aloittivat illan ollen ensimmäiset esiintyjät ja kolmas järjestäjäjäsen esiintyi illan viimeisen kahden tunnin ajan toisen DJ:n kanssa. Kaksi artistia esiintyi tapahtumassa yksin ja loput kuusi artistia esiintyivät pareina soittamalla niin sanotun ”Back to back”-setin, jossa DJ:t vuorottelevat ja soittavat muutaman kappaleen kerralla antaen tämän jälkeen miksausvuoron seuraavalle.

DJ:t esiintyivät tapahtumassa ilman rahallista palkkiota, mutta tapahtuma antoi heille mahdollisuuden esiintyä suhteellisen isolle yleisömäärälle ainutlaatuisessa tapahtumassa, jossa he pystyivät näyttämään taitojaan ja luomaan suhteita tulevaisuuden keikkoja varten. Esiintyjille oli tarjolla takahuone, jossa he saivat viettää aikaa ja tutustua toisiinsa.

Tapahtuman DJ-laitteisto, äänentoisto sekä valaistus hankittiin ulkopuolisilta tahoilta. DJ-laitteiston toi paikalle yksi tapahtuman esiintyjistä pientä rahallista korvausta vastaan. Äänentoisto sekä valo- ja savuefektit hankittiin Turku Audio -yritykseltä, vuokraamalla ne yhden illan ajaksi. Tapahtumassa esitetty videoteos, joka projisoitiin tapahtumatilan seinälle, esitettiin järjestäjien itse omistamalla videoprojektorilla. Videoteos sisälsi mustavalkoista videokuvaa tapahtuma-alueesta, Suvilahdesta. Laitteistojen vuokraaminen oli hyvin edullista ja maksoi rahallisesti vain murto-osan siitä, että laitteet olisi ostettu itselle.

Suurin osa tapahtuman rakennusvaiheesta kului tekniikan ja valaistuksen asentamiseen. Tapahtuman tärkein osa-alue eli äänentoisto oli asennettava kytkennällisesti oikein sekä tapahtumatila huomioon ottaminen. Tilan rakentaminen aloitettiin noin klo 16 tapahtumapäivänä ja äänentoiston asentamiseen kului reilu tunti, jonka jälkeen suoritettiin sound-check sekä äänenvoimakkuuden mittaukset. Äänentoiston toimivuuden varmistamisen jälkeen aloitettiin valojen ja videoprojektorin asentaminen, jossa kului noin puoli tuntia.

Esiintyjien toiveet DJ-laitteistosta otettiin huomioon ja heille tarjottiin sellaiset soittimet, kuin he halusivat. Osa illan artisteista toi paikan päälle oman mikserinsä, jonka kautta he soittivat musiikkia. Myös soittajien ergonomia otettiin huomioon tekniikkaa asennettaessa. Soittopöydän korkeus säädettiin siten, että soittajat pystyivät toimimaan hyvässä asennossa ja tarvittaessa heille tarjottiin korokkeita ja muuta ergonomiaa parantavia välineitä. Mahdollisissa ongelmatilanteissa laitteista oli vastuussa yksi järjestäjästä sekä laitteet toimittanut henkilö, joka oli myös yksi illan esiintyjistä.

Tekniikan asennuksen jälkeen tilaa somistettiin siten, että tilan ilme vastasi markkinoinnissa käytettyä visuaalista ilmeitä. Tilan väritys oli Facebook-mainoksien värimaailmaa vastaava mustan harmaa ja tilaan suihkutettiin mekaanisella usvakoneella samankaltaista savua, kuin mitä Facebook-mainoksissa oli käytetty.

Tapahtuman aikana yhdelle tilan seinistä heijastettiin videotykillä jatkuvalla toistolla pyörivä video, joka sisälsi kuvamateriaalia tapahtuma-alueen ympäristöstä ja itse tapahtumatilasta. Video oli käsitelty mustavalkoiseksi, jotta se sopisi värimaailmaltaan muuhun visuaaliseen sisältöön. Illan aikana tilassa käytetyt väritkin olivat hyvin monokromaattisia ja loppuillasta värejä ei käytetty enää ollenkaan vaan tapahtumatilassa käytettiin pelkästään valkoista valoa

Tapahtumapäivänä vieraat toivotettiin tervetulleiksi tapahtumaan päivityksellä, joka sisälsi sekä kirjalliset että kuvalliset saapumisohjeet tapahtumapaikalle (liite 6). Tapahtuman aikana tapahtunut markkinointi piti sisällään ajankohtaisia tapahtumatiedotteita illan aikataulusta ja Facebook-tapahtumaan tullessiin kysymyksiin vastattiin heti, kun niitä tuli. Päivitysten tekemisestä vastasivat kaikki järjestäjät, mutta ne tehtiin aina vasta yhteisen pohdinnan jälkeen. Tapahtuman aikana kriisiviestinnälle ei ollut tarvetta, sillä tapahtuman aikana ei koettu ongelmatilanteita tai merkittäviä aikataulullisia muutoksia. Myöskään tekniikan kanssa ei koettu yhtään ongelmatilannetta illan aikana, vaan kaikki laitteisto, äänentoistosta valoihin, toimi tapahtuman aikana moitteetta.

Tapahtuman aikana järjestäjät vastasivat tapahtumatilojen siisteydestä sekä puhtaanapidosta. Toteutussuunnitelman mukaan tapahtuma-alueen roskikset ja saniteettitilat tarkastettiin säännöllisesti. Roskapussit vaihdettiin useamman kerran illan aikana ja wc-tiloja siistittiin ja niissä olevien tarvikkeiden saatavuus varmistettiin. Tapahtuman jälkeen jälkisiivous aloitettiin talkoolaisten kanssa, jotka auttoivat järjestelemään tilan alkuperäiseen järjestykseen. Kaikki järjestäjäjäsenet ohjeistivat talkoolaisia purkamisen edetessä tapahtumakäsikirjoituksen mukaisesti. Siivoamiseen ja purkamiseen osallistuneille talkoolaisille tarjottiin suojakäsineitä, siivousvälineitä ja pesuaineita, joilla tila saatiin perussiistiin kuntoon.

Äänentoisto, valot ja videoprojektori purettiin tilasta ja pakattiin kuljetusautoihin. Tapahtuman aikana syntyneet roskat kerättiin ja lajiteltiin niille kuuluviin astioihin. Tilaan tuodut tuolit ja pöydät purettiin ja siivottiin niille kuuluville paikoille. Siivouksen jälkeen järjestäjät suorittivat vielä lopputarkastuksen, jonka jälkeen tilat lukittiin. Loppusiivous suoritettiin alle tunnissa, jonka jälkeen järjestävät kiittivät kaikkia mukana olleita talkoolaisia ja lähtivät tämän jälkeen kotiin. Järjestämisestä vastaava tiimi toimi todella hyvin yhdessä koko illan ajan eikä illan aikana koettu mitään yllätyksiä tai vastoinkäymisiä. Tilavuokraan sisältyi jälkisiivous, joka koostui perusteellisemmasta märkäsiivouksesta, kuin mitä järjestäjät olisivat pystyneet tehdä. Tila oli kuitenkin siistitty peruskuntoon ennen sen luovuttamista ulkopuoliselle siivoajalle. Tapahtuman jälkeen tilan omistaja lähetti järjestäjille kiitokset hyvin hoidetusta tapahtumasta ja tilan siisteydestä.

Jälkimarkkinointi ja asiakkaiden kiittäminen hoidettiin heti seuraavana päivänä tapahtumasta (liite 7). Kaikki kolme järjestäjää kokoontuivat yhteen tapahtuman yhteenvetoa varten. Ensimmäisenä järjestäjät päivittivät Facebook-tapahtuman seinälle kiitosviestin, jossa kaikkia vierailleita henkilöitä kiitettiin tapahtumaan osallistumisesta ja heiltä otettiin kommentteja vastaan illan tapahtumasta. Tämän jälkeen järjestäjät kävivät yhdessä läpi illan kulun ja arvoivat miten ennalta päätetyt vastuut ja toimenpiteet onnistuivat. Tapaamisessa

käytiin myös läpi tapahtuman taloudellinen puoli, jossa laskettiin yhteen saadut rahalliset tuotot ja varmistettiin, että tapahtuman loppukassa vastasi tapahtuman aikana ylläpidettyä kirjanpitoa. Tapahtuma tuotti järjestäjien onneksi hieman voittoa, joten rahat jaettiin ensin siten, että maksuista vastuussa ollut henkilö sai omat rahansa takaisin ja loput tulot päätettiin laittaa sivuun odottamaan seuraavaa tapahtumaa. Tapaamisessa käytiin myös läpi tulevaisuuden toimia ja suunnitelmia. Seuraavan tapahtuman suunnittelu aloitettiin ja tulevista toimista sovittiin yhteisesti.

Tapahtumassa toimi myös valokuvaaja, joka toimitti illan aikana otetut valokuvat järjestäjille käsiteltyinä pari päivää tapahtuman jälkeen. Järjestäjät valitsivat kuvista parhaat ja muodostivat niistä albumin, joka jaettiin järjestäjien Facebook –sivulla sekä USVA / Maiden Voyage –tapahtumasivulla. Järjestäjät tiedottivat myös yleisöä kuvien yhteydessä seuraavan tapahtuman olevan suunnittelun alla.

Tapahtumatila oli koko illan ajan turvallisuusmääräysten mukainen. Tapahtuma järjestettiin siten, ettei yleisömäärään paljous tai illan aikana käytetty laitteisto loisi turvallisuusuhkia. Tilan hätäuloskäynnit oli merkitty selvästi ja ne olivat kaikkien järjestäjäjäsenien tiedossa. Ennen tapahtumaa pidetyssä tapahtumabriefissä käytiin läpi käytännön mallit hätätilanteissa ja kaikki järjestäjät tiesivät tehtävänsä, jos jotain tapahtuisi illan aikana.

Tilan vuokraaja velvoitti järjestäjiä hankkimaan tapahtumaan järjestyksenvalvojan. Koulutettu järjestyksenvalvoja oli järjestäjien entuudestaan tuntema henkilö, joka on toiminut aikaisemminkin vastaavissa tapahtumissa. Perinteisen järjestyksen ylläpidon lisäksi järjestyksenvalvoja vastasi ovipolitiikasta eli lippujen myynnistä ja asiakkaiden sisään päästämisestä. Järjestyksenvalvoja varmisti, että jokainen saapuva vieras sai käteensä leiman, jolla he saivat vapaasti saapua ja poistua tapahtumapaikalta. Järjestyksenvalvojan vahti myös, että tilaan ei tule sellaisia henkilöitä, jotka eivät ole maksaneet lipusta. Illan aikana ei koettu merkittäviä turvallisuusuhkia ja tämä oli mahdollista, koska järjestyksenvalvojan lisäksi myös kaikki järjestäjäjäsenet sekä tapahtuman vieraat toimivat yhdessä ylläpitäen tapahtuman turvallisuutta ja hyvää tunnelmaa. Järjestäjien palkkaama järjestyksenvalvoja oli hyvin tyytyväinen tapahtuman yleisiin järjestelyihin ja tarjosi palveluitaan myös tuleviin vastaaviin tapahtumiin.

Tapahtumaan myytiin ennakkoon pieni määrä lippuja, joilla vieraat varmistivat sisäänpääsyn kapasiteetiltaan rajalliseen tapahtumaan. Ennakkolippujen lisäksi tapahtumaan myytiin myös lippuja paikanpäältä. Ennakkoliput (liite 4) olivat hinnaltaan 13,5€ ja ovelta pari euroa kalliimpia. Lippujen hinta määräytyi tilaisuuteen käytettävän budjetin mukaisesti ottaen huomioon kiinteät ja muuttuvat kustannukset. Lipputulot olivat tapahtuman ainoa rahallinen tulonlähde, koska illan aikana ei ollut maksullista anniskelua. Lippujen hinnat

asetettiin sellaisiksi, että kun noin 100 henkilöä, eli tilan ihmiskapasiteetti, ostaisi liput, lipputulot kattaisivat kaikki tapahtuman menot.

Kulttuuritapahtumalle tyypillistä alkoholianniskelua ja ruokamyyntiä tilaisuudessa ei ollut. Monimutkaisten lupa-asioiden myötä sekä underground-tapahtumien tyylille uskollisena, tapahtumasta luotiin niin sanottujen ”nyyttikestien” tapainen tapahtuma, johon vieraat toivat omat virvokkeet ja eväät. Tämä päätös tehtiin myös sen takia, että se antoi järjestäjille paljon enemmän aikaa keskittyä muihin tapahtuman osa-alueisiin. Ruoan ja juomien tekeminen ja kuljettaminen sekä säilytys paikan päällä olisivat olleet hyvin haastavia. Tarjoiltavien poisjättäminen otettiin huomioon lippujen hinnoissa ja muussa järjestelyssä. Vastapainona tarjoilun puutteelle järjestäjät tarjosivat tilan, musiikin ja tunnelman pientä korvausta vastaan. Ruoka- ja juomatarjoilu jätettiin pois myös sen takia, että niihin liittyvät lupa-asiat olisivat vieneet hyvin paljon aikaa ja resursseja järjestäjien kevästä.

Tapahtumalla oli järjestäjien hankkimat tapahtumaluvat sekä DJ-lisenssit. Koska tapahtuma ei ollut kokoontumislain mukainen yleisötilaisuus, sille ei tarvinnut tehdä erillistä kokoontumisilmoitusta. Meluilmoitusta ei tarvinnut tehdä, koska tila ei ollut lähellä asutusta ja melurajat tapahtuma-alueen läheisyydessä eivät ylittyneet. Tämä varmistettiin desibelimitarilla tehdyillä jatkuvilla mittauksilla ennen tapahtumaa ja sen aikana. Tapahtumalle ei tarvinnut myöskään tehdä pelastussuunnitelmaa, koska yleisöä odotettiin saapuvan huomattavasti alle 200 henkilöä eikä siellä käytetty pyroteknisiä tuotteita. Tapahtumalupa säilytettiin tapahtumatilan takahuoneessa, josta se olisi tarvittaessa saatu helposti esitettäväksi.

Tapahtumatilan vuokraan kuului vakuutus tapaturmien varalle. Kaikki tekniikka oli vakuutettu ja järjestäjien henkilökohtaiset vakuutukset olivat kunnossa. Myös talkoolaisia varten hankittiin talkoolaisvakuutus siltä varalta, että joku loukkaisi itsensä ja joutuisi lähtemään ensiapuun. Kaikki sujui kuitenkin odotetusti, eikä vakuutuksille tullut onneksi tarvetta.

6 Pohdinta ja kehitysehdotukset

Tapahtuma-ilta oli järjestäjien mielestä kaikin puolin hyvin onnistunut. Tapahtuma saavutti kaikki sille asetetut tavoitteet, sekä taloudelliset että sisällölliset. Ilta oli rahallisesti tuottoisa ja tärkeimmät sisällölliset tavoitteet täyttyivät. Vieraat kiittelivät järjestäjiä tapahtuman aikana sekä sen jälkeen. Iltaa keuhuttiin kokonaisuudessa loistavaksi. Vieraat kokivat tapahtumatilan, esiintyjien ja musiikin vastaavan odotuksiaan ja jopa ylittävän ne. Kokemus oli niin positiivinen, että vieraat halusivat välittömästi tietää, milloin seuraava vastaava tapahtuma järjestettäisiin. Kaikki järjestävät pystyivät olemaan ylpeitä omasta suorituksestaan sekä järjestämästään tapahtumasta.

Jatkoa ajatellen tapahtuman aikana ei koettu opettavia vastoinkäymisiä ja ongelmatilanteita. Ilta sujui ehkä jopa liian hyvin. Koska ongelmatilanteita ei ollut, niin niihin on vaikeampi varautua tulevaisuutta ajatellen, koska ei tiedetä mihin varautua. Toisaalta vastoinkäymisien puute kielii myös siitä, että järjestäjät olivat varautuneet kaikkiin mahdollisiin ongelmatilanteisiin riittävän hyvin ja kaikki vastoinkäymiset ennaltaehkäistiin siten, että niitä ei päässyt syntymään.

Tämän produktin luotettavuus tulisi testata järjestämällä tapahtuma uudelleen vähintään samassa mittakaavassa tai isompana. Tapahtuma on kuitenkin helposti toteutettavissa uudelleen tämän raportin tietojen pohjalta. Eettisestä näkökulmasta katsoen tapahtuma oli onnistunut. Turhaa jätettä ja energiankulutusta vältettiin ja eettisyys otettiin huomioon myös markkinoinnissa.

Johtopäätöksenä USVA / Maiden Voyage –tapahtuma oli kokonaisuudessaan onnistunut. Onnistunut ilta antoi järjestäjille lisää intoa panostaa tapahtumajärjestämiseen myös tulevaisuudessa. Seuraavista tapahtumista tulisi kävijämäärältään isompia sekä audiovisuaalisesti parempia ja näyttävämpiä. Kaiken kaikkiaan tapahtuman järjestäminen oli loistava kokemus, jossa järjestäjät pääsivät toteuttamaan käytännössä kaikkea koulussa ja koulun ulkopuolella opittua. Kulttuuritapahtuman järjestäminen vaati monipuolisesti liiketalouden, markkinoinnin, mainonnan, käytännön tapahtumanjärjestämisen, asiakaspalvelun ja myynnin taitoja ja järjestäjät suoriutuivat kaikista näistä haasteista tavoitteiden mukaisesti. Opinnäytetyöprosessina tapahtuman järjestäminen oli loistava. Konkreettisen tapahtuman järjestäminen yhdisti paljon paremmin teorian ja käytännön opit kuin esimerkiksi tutkimuksen tai pelkän suunnitelman tekeminen. Onnistuneen tapahtuman järjestäminen osoitti myös tämän opinnäytetyön tekijöille, että he hallitsevat kulttuuritapahtuman järjestämiseen vaadittavat viestinnän, mainonnan, markkinoinnin sekä liiketalouden osa-alueet.

7 Lähteet

Anttila, P. 2001. Se on projekti – vai onko? –Kulttuurialan tuotanto- ja palveluprojektien hallinta. Akatiimi Oy. Hamina.

Complex 2017. A Brief History of House Music. Luettavissa: <http://www.complex.com/music/house-music-history> Luettu 01.09.2017

Graafinen 2015. Yleistä typografiasta. Luettavissa: <http://www.graafinen.com/suunnitelu/typografia/yleista-typografiasta/> Luettu: 26.10.2017

Gramex 2017. Tietoa Gramexista. Luettavissa: https://www.gramex.fi/fi/tietoa_gramexista Luettu: 25.10.2017

Gramex & Teosto 2017. Musiikkiluvat.fi. Erityisehdot: DJ-kertalisenssi. Luettavissa: <https://assets.contentful.com/mvw857kr32dp/1m9bNRZY-RyyWCYKk2o4YCY/7eb869ef2cb04f41eab7f9b95d7ec0e3/Erityisehdot-GTMKDJ-fi.pdf> Luettu: 25.10.2017

Hoppu, E. & Hemmo, M. 2006. Vakuutusoikeus. WSOY. Helsinki.

If Vahinkovakuutus Oyj. 2017. Talkoovakuutus. Luettavissa: <https://www.if.fi/yrityisasiakkaat/vakuutukset/henkilovakuutukset/talkoovakuutus> Luettu: 25.10.2017

If Vahinkovakuutus Oyj. 2017. Työtaturmavakuutus. Luettavissa: <https://www.if.fi/yrityisasiakkaat/vakuutukset/henkilovakuutukset/tyotaturmavakuutus> Luettu 25.10.2017

Iiskola-Kesonen, H. 2004. Mitä, miksi, kuinka? Käsikirja tapahtumajärjestäjille. Suomen Liikunta ja Urheilu ry.

Kauhanen, J. Juurakko, A. & Kauhanen, V. 2002. Yleisötapahtuman suunnittelu ja toteutus. WSOY. Helsinki.

Kokoontumislaki, 22.4. 1999/530.

Laki yksityisistä turvallisuuspalveluista, 21.8. 2015/1085.

Länsi-Uudenmaan poliisilaitos, Ohje yleisötilaisuuden järjestäjälle, Luettavissa: <https://www.google.com.au/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&cad=rja&uact>

[=8&ved=0ahUKEwjDrYfm3orXAhUIVrwKHdvrD0YQFgg-xMAI&url=http%3A%2F%2Fwww.lup.fi%2Fdownload%2Fnoname%2F%257B73FEFABA-1CD7-4715-9A6F-01FC50078105%257D%2F37183&usg=AOv-Vaw2eFVE3xGduENVlaqYJ4LX3](http://www.lup.fi/download/noname%2F%257B73FEFABA-1CD7-4715-9A6F-01FC50078105%257D%2F37183&usg=AOv-Vaw2eFVE3xGduENVlaqYJ4LX3) Luettu: 25.10.2017

Magito 2017. Luettavissa: <http://www.magito.fi/> Luettu 01.09.2017

Pelastuslaki, 29.4. 2011/379.

Teosto 2017. Teosto edustaa musiikintekijöitä. Luettavissa: <https://www.teosto.fi/teosto>
Luettu: 25.10.2017

Teosto 2017. Tapahtumalupa musiikinkäyttöön. Luettavissa: <https://www.teosto.fi/teosto/artikkelit/tapahtumalupa-musiikinkayttoon> Luettu: 25.10.2017

Vallo, H. & Häyrynen, E. 2016. Tapahtuma on tilaisuus. Tietosanoma Oy. Helsinki.

Zlatopolsky, A. 2014. Red Bull Music Academy Daily. Roots of Techno: Detroit's Club Scene 1973-1985. Luettavissa: <http://daily.redbullmusicacademy.com/2014/07/roots-of-techno-feature> Luettu 01.09.2017

Liitteet

Liite 1. USVA:n Facebook –sivu

USVA
@usvaproduct

Etusivu
Tietoja
Videot
Kuvat
Julkaisut
Yhteisö
Luo sivu

Tykkätyt Seurataan Jaa

Lähetä viesti

Tila Kuva tai video

Kirjoita tälle sivulle...

Videot

USVA / MAIDEN VOYAGE

Yhteisö

Näytä kaikki

Kutsu kavereitasi tykkäämään tästä sivusta

99 henkilöä tykkää tästä

100 henkilöä seuraa tätä

ja 72 muuta kaveria tykkäävät tästä

Tietoja

Näytä kaikki

Lähetä viesti

Yhteisö

Liite 2. Tapahtuman teaser –video

US VA
2. huhtikuuta · ✉

byob

16.6.

location & artists

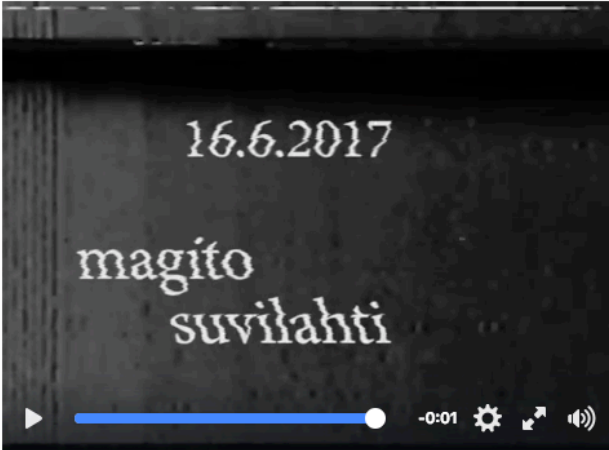
0:08

Tykkää Kommentoi

Liite 3. Tapahtuman artistijulkaisuvideo

US VA
8. huhtikuuta · 📷

USVA / MAIDEN VOYAGE
16/06/2017
20.00-04.00
BYOB
Tickets TBA
[Näytä käännös](#)



Liite 4. Tapahtuman lipunmyynnin avaus

US VA
23. toukokuuta · 📷

Pieni määrä ennakkolippuja myynnissä Holvissa hintaan 13,5€. Loput liput ovelta käteisellä 15€/kpl.
<https://holvi.com/.../produ.../989eb6fd1ceb8de29ea10546335f3827/>



Liite 5. Muistutus lipunmyynnistä

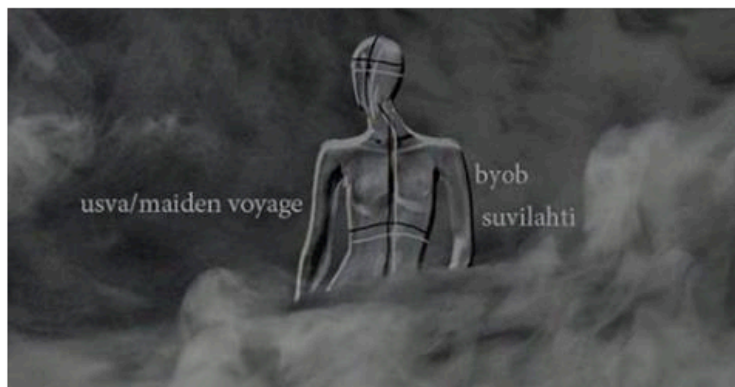


US VA paikassa [Magito Studio](#).

13. kesäkuuta · Helsinki · [✉](#)

3 päivää jäljellä, tilan kapasiteetti on erittäin rajallinen ja näyttäisi tulevan täyttää!

Ennakkolipuilla varmistat sisäänpääsyn tapahtumaan, ovelle jätetään pieni erä lippuja.



USVA / maiden voyage 16/06/17 – USVA productions (Holvi)

USVA/ maiden voyage 16/06/17 ●Amateur Hour ●Zustt ●Adverkka b2b Kenny K.O ●Hilla Liila ●DJ Kekkonen b2b Atrophy

HOLVI.COM

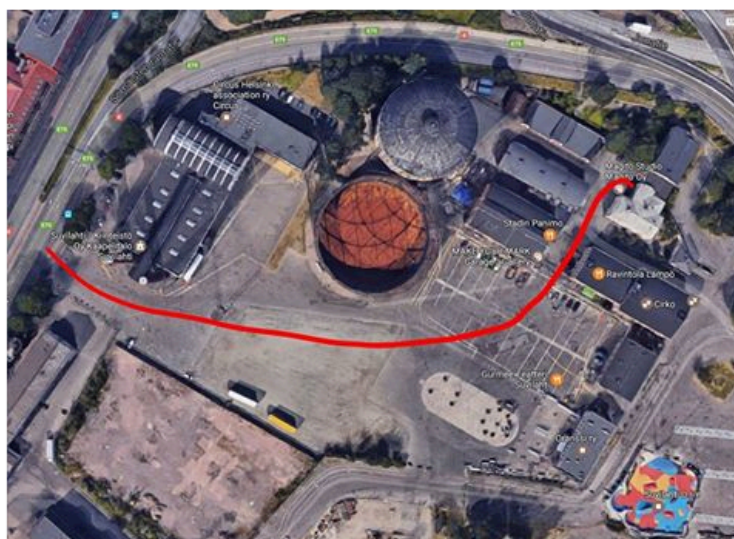
Liite 6. Saapumisohteet tapahtumapaikalle



US VA paikassa [Magito Studio](#).

16. kesäkuuta · Helsinki · [✉](#)

Vielä pari tuntia ja ovet ovat auki. Alla saapumisohteet Magitolle Sörnäisten rantatieltä. Nähdään pian!



Liite 7. Osallistujien kiittäminen



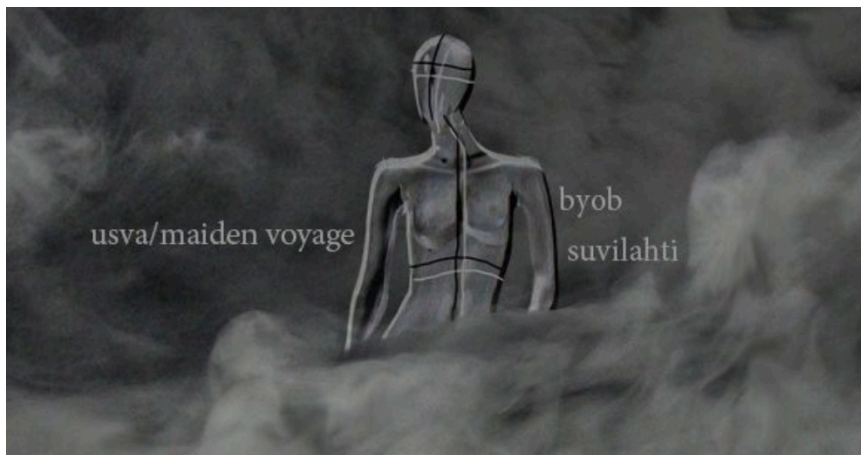
US VA

17. kesäkuuta · ✉

Järjestäjien puolesta iso kiitos eilisestä kaikille artisteille ja juhlijoille! Keep on dancing 🍷👯
- Usva crew



Liite 8. USVA / Maiden Voyage tapahtumasivu



KESÄ

16

USVA / maiden voyage

Yksityinen · Järjestäjä: Atro Anttila ja 3 muuta

Muokkaa



16. kesäkuuta 2017 klo 20:00–4:00 UTC+03

Alkaa 16. kesäkuuta klo 20:00 ja päättyy 17. kesäkuuta klo 4:00 U...





Suvilahti


Sörnäisten rantatie 22, 00540 Helsinki

Näytä kartta

Liite 9. Musiikkiesittely

 on käyttäjän  seurassa. 9. kesäkuuta · ✉



Enää viikko jäljellä! Tässä pientä lämmittelyä Kekkonen kanssa 😊






Atrophyn & Kekkonen iltapuhde



Promo mix for private event: USVA / maiden voyage 16/6/17 Message me if you want to be invited. ARTISTS: Amateur Hour (USVA) Zustt Adverkka b2b Kenny K.O Hilla Liila (Pussy Eau De Club, Local Deep)





SOUNDCLOUD.COM Tallenna


 Tykkää  Kommentoi

 19 muuta


 
Tykkää · Vastaa · 9. kesäkuuta kello 19:15

 
Tykkää · Vastaa · 11. kesäkuuta kello 8:07

Kirjoita kommentti...    

 jakoi linkin. 5. kesäkuuta · ✉



Viikko käyntiin 🎉









Pastaboys Feat. Osunlade - Deep Musique (Rampa Remix)


Set to become a hymn in the coming months, 'Deep...'


YOUTUBE.COM



 Tykkää  Kommentoi


 
Kirjoita kommentti...    






Liite 10 Musiikkiesittely


 **[Redacted]** jakoi linkin.
1. kesäkuuta · Vantaa, Varsinais-Suomen maakunta · ✉

 **Kollektiv Turmstrasse - Sorry I'm Late (Original Mix)**
|| Kollektiv Turmstrasse || Sorry I Am Late || Original Mix ||...
YOUTUBE.COM


 Tykkää  Kommentoi



 **[Redacted]**


 Kirjoita kommentti...    






 **[Redacted]** jakoi linkin.
24. toukokuuta · ✉

<https://youtu.be/LfkCYuk18ao>

 **Ramiro Lopez - Loving You - Drumcode - DC174**
Hailing from Spain, we are pleased to welcome Ramiro...
YOUTUBE.COM

 Tykkää  Kommentoi

 **[Redacted]**

 Kirjoita kommentti...    

Liite 11. Aikataulu

 **US VA** jakoi linkin.
15. kesäkuuta · ✉

Illan aikataulu:
Amateur Hour 2000-2100
Zustt 2100-2230
Adverkka b2b Kenny K.O 2230-0030
Hilla Liila 0030-0200
DJ Kekkonen b2b Atrophy 0200-0400
Ennakolippuja Holvista ja loput ovelta


usva/maiden voyage byob
suvilahti

USVA / maiden voyage 16/06/17 – USVA productions (Holvi)
USVA/ maiden voyage 16/06/17 ●Amateur Hour ●Zustt ●Adverkka b2b Kenny K.O ●Hilla Liila ●DJ Kekkonen b2b Atrophy
HOLVI.COM